

Satu Kivijärvi

Corian korujen suunnittelu ja brändin pohdinta

Corian ylijäämämateriaalin hyödyntäminen

Työn tyyppi (Opinnäytetyö)

Kevät 2015

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Muotoilun tutkinto-ohjelma

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden ja kulttuurin yksikkö

Tutkinto-ohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Teollinen kalustemuotoilu

Tekijä: Satu Kivijärvi

Työn nimi: Corian korujen suunnittelu ja brändin pohdinta

Ohjaajat: Jaakko Purtanen ja Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2015 Sivumäärä: 74 Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyössä kerrotaan Corian ylijäämämateriaalin hyödyntämisestä korumuotoilussa. Työssä on selvitetty, mitä merkityksiä ja genrejä korujen historiaan kuuluu, sekä pohditaan, mihin genreen suunniteltavat korut voisivat sijoittua.

Työssä on suunniteltu ja valmistettu neljä korusarjaa. Inspiraation lähteenä on koruissa käytetty kahta eri teemaa (sadut ja luonto). Yhtä teemaa kohden on suunniteltu ja valmistettu kaksi korusarjaa. Suunnitteluprosessissa on esitelty pikaiset käsin ja koneella tehdyt luonnokset, kerrottu korujen valmistusvaiheesta sekä esitelty lopulliset protot koruista. On myös analysointia suunnitelmista ja valinnoista, joihin on päädytty korujen osalta. Suunnitelluista korusarjoista on tehty facebook-kysely, jossa on käytetty kvantitatiivista eli määrällistä tiedon hankintaa.

Corian-materiaalin ominaisuuksia luetellaan ja materiaalin suhteesta luontoon kerrotaan. Työssä pohditaan brändäystä oikean genren ja kilpailukentän sekä kohdeyhmän määrittelyn pohjalta. Brändi-osiossa on käyty läpi myös mielikuviin liittyviä tekijöitä. Työssä tehdään yhteenveto korusaroihin liittyvästä kyselystä.

Avainsanat: korumuotoilu, brändäys, suunnitteluprosessi, Corian, ylijäämämateriaali

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Design

Specialisation: Industrial furniture design

Author/s: Satu Kivijärvi

Title of thesis: Design of a Corian jewellery and discussion on its brand

Supervisors: Jaakko Purtanen and Vuokko Takala-Schreib

Year: 2015 Number of pages: 74 Number of appendices: 2

This thesis focuses on the use of the Corian surplus material in jewellery design. The thesis explores what meanings and different genres there has been in the history of jewellery design and discusses what genre the jewellery to be designed belongs to.

In this project, four different fairy-tale and nature-themed jewellery series were designed sketch of the jewellery, a description of the manufacturing process of the jewellery, and a presentation of the final prototypes of the jewellery. This thesis also includes an analysis of the decisions and choices made whit this jewellery. There was an inquiry about these designed jewellery series on Facebook.

The thesis lists the features of the Corian material and its relation with nature. The thesis discusses branding based on the definition of the right genre, marketing field and target group. The branding section also discusses the influence of images. The last section of the thesis includes a discussion and the summary of the inquiry related to the jewellery series.

Keywords: jewellery design, Corian, branding, design process, surplus material

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	9
1 JOHDANTO	10
2 KORUGENRET JA NYKYKORU (KORUJEN HISTORIAA JA Merkitystä).....	11
2.1 Korugenret historiassa.....	11
2.2 Korugenren määrittäminen	14
3 CORIAN MATERIAALI.....	18
3.1 Corian materiaalin kuvaus	18
3.2 Corianin suhde ympäristöön	19
4 KORUMALLISTOJEN SUUNNITTELUPROSESSIT	21
4.1 Korujen inspiraation lähteiden syntyminen ja suunnitteluprosessin arviointia	
21	
4.2 Mallistojen inspiraation lähde: Tuhkimo.....	23
4.2.1 Luonnokset.....	23
4.2.2 Valmistus	28
4.2.3 Kuvat ja perustelut koruvalinnoista.....	34
4.3 Mallistojen inspiraation lähde: Sulka.....	38
4.3.1 Luonnokset.....	38
4.3.2 Valmistus	43
4.3.3 Kuvat ja perustelut koruvalinnoista.....	49
5 TUOTTEIDEN ARVIOINTI ULKONÄÖN PERUSTEELLA	53
5.1 Kyselyn rakenne	53
5.2 Kyselyn tulokset.....	53
5.3 Yhteenveto kyselyn tuloksista.....	59
6 BRÄNDIN POHDINTA	61

6.1	Mitä brändi ja brändäys ovat?.....	61
6.2	Mielikuvien tärkeys	63
6.2.1	Mielikuvien psykologiset vaikutukset.....	63
6.2.2	Mielikuvien syventyminen.....	64
6.3	Kohderyhmä, segmentointi ja ostokäyttäytyminen	65
7	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	68
	LÄHTEET	71
	LIITTEET	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 2. Käsien piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 2.	23
Kuva 2. Käsien piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 1.	24
Kuva 3. Käsien piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 3.	25
Kuva 4. Käsien piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 4.	26
Kuva 5. Auto-cadillä piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 1.	26
Kuva 6. Auto-cadillä piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 2.	27
Kuva 7. Tuhkimo teeman koruvalmistus 1.	28
Kuva 8. Tuhkimo teeman koruvalmistus 2.	29
Kuva 9. Tuhkimo teeman koruvalmistus 4.	30
Kuva 10. Tuhkimo teeman koruvalmistus 3.	31
Kuva 11. Tuhkimo teeman koruvalmistus 5.	31
Kuva 12. Tuhkimo teeman koruvalmistus 6.	32
Kuva 13. Tuhkimo teeman koruvalmistus 7.	33
Kuva 14. Haaveiden aika korumalliston tuotteet.	34
Kuva 15. Haaveiden aika korumallisto	35
Kuva 16. Keskiyön loisto korumalliston tuotteet.	36
Kuva 17. Keskiyön loisto korumallisto.	37
Kuva 18. Sulka teeman käsien piirretyt luonnokset 1.	38
Kuva 19. Sulka teeman käsien piirretyt luonnokset 2.	39
Kuva 20. Sulka teeman käsien piirretyt luonnokset 3.	39

Kuva 21. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 4.	40
Kuva 22. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 5.	40
Kuva 23. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 6.	41
Kuva 24. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 7.	41
Kuva 25. Sulka teeman Autocadilla tehtyjä luonnoksia 1.	42
Kuva 26. Sulka teeman Autocadilla tehtyjä luonnoksia 2.	42
Kuva 27. Sulka teeman koruvalmistusta 1.	43
Kuva 28. Sulka teeman koruvalmistusta 2.	44
Kuva 29. Sulka teeman koruvalmistusta 3.	44
Kuva 30. Sulka teeman koruvalmistusta 4.	45
Kuva 31. Sulka teeman koruvalmistusta 5.	46
Kuva 32. Sulka teeman koruvalmistusta 6.	47
Kuva 33. Sulkateeman koruvalmistusta 7.	48
Kuva 34. Sulkaneito korumalliston tuotteet.	49
Kuva 35. Sulkaneito korusarja.	50
Kuva 36. Rauhan kyyhky korusarjan tuotteet.	51
Kuva 37. Rauhan kyyhky korusarja.	52
Kuva 38. Tuotokuva 1. on kyselystä (liite 1).	56
Kuva 39. Tuotokuva 2. on kyselystä (liite 1.).	57
Kuva 40. Tuotokuva 3. on kyselystä (liite 1.).	58
Kuva 41. tuotokuva 4. on kyselystä (liite 1.).	59

kuvio 1. Kysymys (8.) kyselystä (liite 1.), jossa vastaajia 257 kappaletta.....54

Käytetyt termit ja lyhenteet

Korugenre	Korugenre on korulle annettu luokitus, joka helpottaa eri korujen määrittelyä.
Ylijäämämateriaali	Ylijäämämateriaalilla tarkoitan materiaalia, jota jää yli tuotannosta ja päätyy kaatopaikalle.
Suunnitteluprosessi	Prosessissa käydään läpi siihen liittyvät vaiheet, jotka vaihtelevat eri suunnittelun prosesseista riippuen.
Inspiraatio	Inspiraatio on taiteellinen luomisvire tai innoitus.
Luonnos	Luonnos on hahmotelma tai alustava suunnitelma jostain.

1 JOHDANTO

Tavoitteena on suunnitella Corian ylijäämämateriaalista koruja ja miettiä brändiä oikean genren, kilpailukentän ja kohderyhmän määrittelyn pohjalta. Työssä toteutetaan kahden eri teeman inspiroimana neljä korumallistoa. Kaksi mallistoa suunnitellaan yhtä teemaa kohden ja niistä otetaan tuotekuvat. Kaikkia neljää mallistoa yhdistää Corian materiaalin hallitseva käyttö. Pysin suunnittelemaan korut teollista valmistusta silmällä pitäen, mutta en keskity siihen sen tarkemmin, jotta pysyn aikataulussa.

Suunnittelen ja valmistan koruja tässä opinnäytetyössä, koska niiden toteuttaminen sopi aikatauluuni, ja tuotekuvien suunnittelu ja toteutus kuulostivat mielenkiintoiselta ja inspiroivalta ajatukselta niiden osalta. Tahdon työssäni kartoittaa Corian ylijäämämateriaalin mahdollisuuksia, koska materiaali kiinnostaa minua sen monien ominaisuuksien vuoksi. Opinnäytetyössä pohdin myös brändiin ja brändäykseen liittyviä haasteita ja tutkin mihin genreen koruni kuuluvat. Olen toiminut yhteistyössä Korallituote Oy –nimisen yrityksen kanssa, joka on Corian materiaalin auktorisoitu valmistaja. He antavat tarvittaessa asiantuntija-apua työstövaiheessa.

Mallistojen teemoina ovat sadut ja luonto, joita käytän inspiraation lähteenä tuotekuvien ja korujen suunnittelussa sekä tuotteiden nimeämisessä. Pysin koruissa luomaan ilmettä, joka huokuu samalla intohimoa tarinoillaan ja rauhallisuutta muotoilulla, jonka pidän selkeänä ja intohimoa hillitseväenä muotokielen avulla. Jokainen koru ja tuotokuva kätkevät sisään oman hengen teemasta riippuen. Kauneus on katsojan silmissä, ja en voi vaikuttaa siihen, miten muut kokevat tai näkevät työni. Se on mielenkiintoista. Korusarjoista olen tehnyt kvantitatiivisen eli määrällistä tiedon hankintaa tukevan kyselyn facebookiin saadakseni arviointiin laajempaa näkökulmaa kohderyhmän perusteella. Kohderyhmän määrittelen kyselyn pohjalta. Lopussa esittelen korut tuotekuvineen.

2 KORUGENRET JA NYKYKORU (KORUJEN HISTORIAA JA MERKITYSTÄ)

2.1 Korugenret historiassa

Korujen muotokieli ja materiaalit elävät maailman menossa mukana. Historiaa tutkiessa voi päätellä, miten korutaiteeseen on saatu vaikutteita eri aikakausista ja niiden muutoksista. Holzach ja Schempin (2006, 49-51) mukaan 1700-luvulla klassismi toi koruihin yksinkertaisuutta aiemman runsaan koristeellisuuden tilalle, ja koruissa on ollut koko sen historian ajan muoteja, jotka ovat tuoneet uusia muotoja, materiaaleja ja tapoja ripustaa niitä, kertoo Ruutiainen (2012, 25).

Koruja voidaan Ruutiaisen (2012, 26) mukaan jakaa eri lajityyppeihin ja tarkastella taiteen tyyleille rinnakkaisina. Hän sanoo suru- ja muistokorujen olleen tyyppillisiä 1850-1900-luvulla kuningatar Viktorian pitkän suruajan takia. Tämä taide olisi sitoutunut tyyliin, jota on kutsuttu historismiksi, kertaustyyliksi tai eklektismiksi. Tyyppilliseksi tälle tyyliin hän sanoo olleen vaikutteiden ottaminen aiempien vuosisatojen tyyleistä ja kaukaisista maista. Historismin loppuvaiheen periodissa, naturalismissa pyrittiin kuvaamaan todellista luontoa, eikä vain idealisoitua versiota Holzachin ja Schempin (2006, 59) tulkinnan mukaan, valaisee Ruutiainen (2012, 26). Tämän jälkeistä aikaa Ruutiainen (2012, 26) sanoo Millerin (2003, 38) kuvaavan edvardiaaniseksi ajaksi (1890-1914) tai nimellä Belle Époque. Tyyliin Millerin mukaan oli ominaista historismin vastustaminen ja näissä koruissa oli tyyppillistä käyttää timantteja ja helmiä ja koristeaiheena olivat rusetit. Sama aika Suomessa oli kansallisromantiikan aika. (Ruutiainen 2012, 26.)

1900-luvulla tehtiin päätös, jossa sallittiin muidenkin kuin jalojen materiaalien käyttö koruissa, kertoo Ruutiainen (2012, 27). Hosio (2011, 13) ja Ikonen (2004, 38) selventävät, että 1960-luvun aikana valmistajat alkoivat käyttää materiaaleja kuten alumiini, muovi, akryyli ja paperi. Heidän kertomansa mukaan 1960-luvun taitteessa korut ovat kokeneet todella suuren muutoksen, kun uusi sukupolvi kyseenalaisti korujen luonteen ja yhteiskunnallisen roolin. He luettelevat veistoksellisuuden, vaatemaisen olemuksen ja esittävää taidetta mukailevat korut, jotka alkoivat tulla tutummaksi.

Skandinaavisen muotoilun puhtaslinjaisuus ja funktionaalisuus ovat vaikuttaneet voimakkaasti korutaiteen muodon kehittymiseen, kuten Länsi-Saksaan perustettu Pforzheimin korutaiteen museo ja Lontoossa 1961 pidetty näyttely ”First International Exhibition of Modern Jewelry”, kertoo Ikonen (2004, 28).

Hosio (2011, 14) korostaa, että 1960-luvun jälkeen on väitely siitä, mistä materiaalista korut tulisi tehdä ja miten korujen rajat pitäisi määrittää, sekä siitä, että ovatko korut taidetta. Rajat korujen, veistoksien, muodin ja esittävän taiteen välillä ovat hämärtyneet (Hosio 2011, 14). 1980-luvun alussa alettiin käyttää tekstiilikuituja ja kankaita materiaaleina, joilla saatiin pehmeyttä muotoihin (Hosio 2011, 13). Keskeisimpinä maina Ikonen (2004, 27) mukaan uuden korutaiteen aloittajina pidetään Saksaa, Hollantia, Iso-Britanniaa ja Pohjoismaita. Lähtökohta tälle oli hänen mukaan, että koru nähtäisiin taiteena. Luovuttiin arvomateriaalikeskeisestä korukäsitteestä ja siirryttiin yksilölliseen ilmaisuun, jonka välineenä olivat koru ja sen eri materiaalit (Ikonen 2004, 27).

Korujen merkityksestä. Voisin ajatella, että jotkut korumuodot ja aiheet muuttavat merkityksiä ajan saatossa ollessaan välillä poissa ja tulemalla takaisin nykypäivään. Poissaoloaikana ehkä tapahtuu muutosta, joka ohjaa uudenlaiseen käyttötarkoitukseen tai tyyliin. Tähän saattaisi vaikuttaa ihmisten toimintatavat, käsitykset ja ajatusmaailma, jotka muuttuvat ajan mukana.

Koruihin on kautta aikojen liittynyt ja liittyy edelleen eri kieltoja ja sääntöjä. Osa on esimerkiksi uskonnollisia tai kulttuurillisia. Korujen käyttöä ja koristautumista on säädelty ja jopa kielletty, mikä kertoo niiden voimasta. (Ruutiainen 2012, 29.)

Westerkamp (1995, 51) esittää korujen toimineen voimaannuttavina, maagisina esineinä, kuten rituaaleissa käytetyt korut ja esineet. Alkuperäiskulttuureissa hänen mukaan on tyyppisempää korujen rituaalisuus verrattaessa esteettiseen merkitykseen. (Ruutiainen 2012, 29.) Maagiset ja myyttiset käsitykset koruista on liitetty Holzachin ja Schemppin (2006, 21) mukaan hedelmällisyyteen, metsästysmagiaan tai pahalta suojautumiseen (Ruutiainen 2012, 29-30). Materiaaleilla uskotaan myös olevan eri merkityksiä ja esimerkiksi amuletit ja talismaanit ovat tehty usein luonnonmateriaaleista, ja materiaalilla on oma symboliikkansa (Ruutiainen 2012, 34). Hosion (2011, 11) mukaan Phillips (1996, 12) kertoo, että Egyptissä koruja

pidettiin paljon amuletteina faaraoiden aikaan, ja että eri tyyleillä ja väreillä oli omat symboliset merkityksensä. Hänen mukaan vihreä merkitsi uutta kasvua ja ylösnousemista, ja punainen kuvasi elämää ja energiaa. Egyptissä pidettiin myös tärkeänä koruja ja niiden tuomaa väriä, koska asut olivat valkeita ja yksinkertaisia. Korut olivat myös vahvasti kuolemaan liitettyjä, ja niillä täytettiin hautaan saatetun faaraon arkku, joka saattoi olla kokonaan kultaa. (Hosio 2011, 11.)

Mielestäni on hieno ajatus tuoda yksinkertaiseen tai valkeaan asuun näyttävyyttä, väriä tai muotoja korujen avulla. Päinvastoin värikkääseen tai kuviolliseen asuun yksinkertaisilla koruilla saadaan myös mielenkiintoinen kombinaatio. Ajattelen, että nuo maagiset ja myyttiset käsitykset koruissa, kuten hedelmällisyys, metsästysmagia, ja pahalta suojautuminen voisivat olla ilman rituaalisia, ja maagisia merkityksiä nykypäivänä ehkä hedelmällisyyden osalta viittaus elinvoimasta, metsästysmagia taas voisi liittyä niin sanotusti viehätysvoimaan, ja pahalta suojautuminen ehkä siihen, että käytetään koruja, jotka ovat hyväksytyjä yhteisössä, jossa ollaan, koska halutaan suojautua liialliselta erottumiselta, ja olla hyväksytyjä muiden silmissä.

Mielestäni koruilla voidaan kertoa sanattomasti itsestä. Arvioin, että niillä voidaan ottaa kantaa, erottua, samaistua, ihailta, tukea jotakin jne. Ne ovat esineitä, joilla voimme ilmaista itseämme eri tavoin. Jokainen katsoja kuitenkin itse päättää, miten hän näkee sen, mitä näkee tai ajattelee näkemästään. Näkemiseen vaikuttavat esimerkiksi kulttuurilliset ja muut eri ihmisiin liittyvät erot.

En kuitenkaan usko, että voimme tulkita ihmistä kokonaisuutena katsomalla ulkonäköä. Ajattelen, että se mitä näemme on vain hyvin pieni osa kokonaisuutta, ja on nimenomaan tulkitsijan omien taustojen pohjalta kehittynyt ajatus, joka ei liity tulkittuun henkilöön millään lailla. Tämän vuoksi pohdin, että potentiaalista kuluttajaryhmää etsiessäni minun tulisi ajatella kuluttajaryhmiä, mutta myös yksittäisiä kuluttajia kokonaisuutena. Kokonaisuutta tutkimalla voin ehkä ymmärtää syvällisemmin kuluttajaa ja hyödyntää sitä tuotteiden suunnittelussa ja markkinoinnissa. Tulisi etsiä korujani varten arvomaailmalta yhteensopiva kohderyhmä. Tarkoitin tällä, että kohderyhmän arvojen tulisi vastata tuotteideni arvoja, joka tarkoittaisi, että kohderyhmän ja tuotteiden välillä vallitsisi molemmin puoleinen ymmärrys.

2.2 Korugenren määrittäminen

Korualan kirjallisuudessa esitellään luokittelua, joka perustuu Ruutiaisen (2012, 89) mukaan teosten materiaaleille tai lähtökohdille. Hän tuo esiin luontoaiheet, figuratiivisen tai geometrisen tekemisen ja kierrätysmateriaalien käytön luokittelun perusteiksi. Korugenreihin hän luokittelee kuuluvan käyttökorut, taidekorut, pukukorut ja designkorut. Kaikista näistä hänen mukaan puhutaan yhtenä käsitteenä koru, mutta painotukset muuttuvat puheyhteyden mukaan. Käsitteiden määrittäminen koruille hän sanoo olevan tärkeää, koska niillä jäsennetään ja hahmotetaan koru.

Olen havainnut, että luonto kiehtoo monia suunnittelijoita, kun asiaa tarkastellaan luontoaiheiden yleisen käytön pohjalta. Itse valitsin toisen korusarjan inspiraation lähteeksi luonnon, koska koen sen kuvaavan jollain tavalla henkisen hyvinvoinnin symboliikkaa ja mielestäni se antoi mielenkiintoisen lähtökohdan korusuunnittelulle. Koruissani kierrätys on myös pääroolissa, joka viittaa luonnonläheiseen ajattelutapaan. Corian on itsessään hyvin ekologinen materiaali, ja kun käytän sitä korusuunnittelun kautta, antaa se vieläkin ekologisemman lähtökohdan töilleni. Ekologisuus vaikuttaa korujen luokitteluun, mutta se kuinka paljon sitä halutaan painottaa markkinoinnissa on eri asia. Täytyy miettiä lisääkö ekologisuuden painottaminen arvoa vaiko ei.

Nykytaide. Ymmärtääkseni nykytaide erotetaan sanalla nyky-, joka liitetään eri taidemuotojen tai alojen eteen kuten nykytanssi, nykysirkus, nykykoru ym. Sanan nyky- tarkoitus olisi näin ollen erottaa taide omaksi alueeksi ja antaa nimi uudelle toiminnalle jne. Loppujen lopuksi yhtä ja oikeaa määrittelyä nykykorulle ei ole mielestäni osattu antaa, mutta paljon esille tulleita asioita ovat uusien materiaalien käyttö, veistoksellisuus, puhtaus ja selkeys, jotka ovat myös mielestäni olennaisia piirteitä modernille korulle riippuen kuka asiaa on määritellyt. Nimityksensä puolesta nykykoru on Ruutiaisen (2012, 5) mukaan rinnastettu nykytaiteeseen. Olennaisina piirteinä hänen mukaan on pidetty uudennaisia tekniikoita, materiaaleja, aiheita ja perinteisestä korusta poikkeavia tapoja lähestyä kehollisuutta ja korumaisuutta.

Archer (1965, 5) määrittelee modernismin korutaiteessa Ikosen (2004, 29) mukaan niin, että irrottauduttaisiin luontoimitaatiosta ja perinnekoruajattelusta sekä esittävydestä, ja että taiteellinen status määräytyisi tekojen, eikä ammatillisen koulutuksen mukaan (seppäkoulutus). Nykykorulla hän tarkoittaa samassa yhteydessä sitä, että aihepiirit olisivat lainattuja toisista teoksista tai olisivat pastisseja, eli tyyllisiä lainoja historiasta. Teosten lähtökohtana olisi taidemuodon käsitteiden uudelleenarviointia tai, että tavoitteena olisi painottaa aihekeskeisyyttä taiteilija-, materiaali- ja valmistuskeskeisyyden sijasta. Uuden korutaiteen ajatuksen alkuun saattajat ovat Ikosen (2004, 27) mukaan Hollanti, Saksa, Iso-Britannia ja Pohjoismaat. Pohjoismaisista tekijöistä Ikonen (2004, 27) ja Ruutiainen (2012, 33) mainitsevat erityisesti ruotsalaisen Sigurd Perssonin ja suomalaisen Björn Weckströmin.

Ruutiainen (2012, 103) kertoo museoiden vallan kentän toiminnan määrittelijänä näkyvän erityisesti siinä, miten ne tuottavat korualan kieltä ja käsitteitä, mutta myös tapaa puhua korusta. Designmuseo hakee Veräjänkorvan (2006, 43) mukaan korua käyttöesineenä esimerkiksi vyökoru, rintakorru, riipus, sekä taiteellisena tuotoksena (pienveistos), eli koruun voidaan liittää uusia epiteettejä ripustustavan mukaan (taskukoru), siitä puhutaan myös historiallisesti ja korostetaan sen merkitystä (Ruutiainen 2012, 103). Tällöin se ei ole pelkkä koriste ja siihen voidaan helpommin liittää erilaisia materiaaleja rinnakkain (Ruutiainen 2012, 103). Tällaiset korut ovat Veräjänkorvan (2006, 43) mielestä ensisijaisesti käyttöesineitä ja toissijaisesti pienveistökseen rinnastettavissa olevia taide-esineitä, kertoo Ruutiainen (2012, 103). Pienoisveistökseen rinnastaminen sijoittaa sen taiteeseen, mutta vähemmän merkittävänä kuin suuret veistokset (Ruutiainen 2012, 103).

Suomalainen korutaide. Suomalaista korutaidetta pidetään vielä hieman kehittymättömänä, ja jos korutaide asemoidaan uudenlaiseksi tavaksi tehdä korua, on tarkasteltava sen traditiota ja liittymistä suomalaiseen muotoiluun (Ruutiainen 2012, 106). Tunnetuimpiin suomalaisiin koruperinteisiin nähdään Ruutiaisen (2012, 107) mukaan kuuluvan Kalevala korun tuotanto ja modernismi. Kalevalakorru tekee esihistoriallisiin koruihin perustuvia koruja sekä uustuotantoa, jossa taiteellisin linjaus on yritykseen liitettyllä Laponia Jewelryllä (Ruutiainen 2012, 107).

Taide, käsityö ja muotoilu. Käsityön ja taiteen erottamisesta kerrotaan käsityötaiteen teksteissä, että halutaan korostaa tekemisprosessin merkitystä tekijälle, sekä teknistä osaamista ja siitä saatua laatua (Ruutiainen 2012, 124). Termi muotoilu viittaa Vihman (2008, 22) mukaan niin sarjalliseen kuin yksittäisten teosten tekemiseen (Ruutiainen 2012, 24). Ruutiainen (2012, 22) kertoo, että käsityö tässä yhteydessä ymmärrettäisiin taidolliseksi peruselementiksi, johon kaikki esinekulttuurin alalajit nojautuisivat. Käsityössä peruselementeiksi voi lhasun (1998, 37-44) mukaan luetella luovan ideointikyvyn, kädentaidot ja kokonaiskuvan hallinnan, alakohtaisten työkalujen ja tekniikoiden hallinnan, ja materiaalituntemuksen (Ikonen 2004, 37). Ikonen (2004, 37) mukaan korumuotoilu on taideteollisuuden osa-alue, ja se perustuu muotoilijan taitoon tuottaa idea ja se vaatii kommunikointia valmistavien ja markkinoivien tahojen kanssa. Korutaiteilijan ja korumuotoilijan roolit saattavat yhdistyä usein ja on joskus vaikeaa tai tarpeellista erotella yksittäisen tekijän tuotannosta teokset ja tuotteet (Ikonen 2004, 37).

Korut ja luksus. Ruutiainen (2012, 103) lukee korut luksusesineiksi, jotka ovat osa tavaroiden turhuuden markkinoita. Hänen mukaan postmodernissa yhteiskunnassa luksustuotteet eroavat toisistaan niin, että uuteen luksukseen liitetään uudenlaisia merkityksiä. Tuotteilla tulee olla esteettinen ulkomuoto, sen on oltava käytettävyydeltään hyvä, valmistukseen pitää käyttää aikaa ja valmistusprosessi on oltava tarinaltaan uskottava. Luksukselle on ominaista tuottaa lisäarvoa, jota tavanomaisessa esineessä ei ole. (Ruutiainen 2012, 130.) Sitä Ruutiainen (2012, 130) mukaan tuotetaan mielikuvalla, jotta korkea hinta on tasapainossa laadun kanssa. Korun luksusta ovat hänen mukaan olleet jalokivet ja korut, joita on ostettu arvostetuista kultasepäniikkeistä, kuten Cartierilta ja Tiffanyltä. Koru, joka oli kullan näköinen, mutta ei todellisuudessa sitä ollut, koettiin epämiellyttäväksi (Ruutiainen 2012, 130).

Omasta mielestäni korut voivat olla luksusta riippumatta materiaalista, koska laadukkaita ja näyttäviä koruja voidaan tehdä monesta eri materiaalista. Luksustuotteiden suunnittelun lähtökohtana ei mielestäni saisi olla tiettyjen suunnittelijoiden luksusmaisiksi mielletyt korut, vaan ajattelen, että pitäisi pyrkiä olemaan omalähtöisiä ja innovatiivisia omien tuotteiden suhteen. Tarkoitan tällä sitä, ettei suunnittelun lähtökohtana olisi toisten töiden kopiointi.

Arvokkuutta on mielestäni vaikea loppujen lopuksi määrittää, mutta hinnalla siihen pystytään ainakin vaikuttamaan. Olen samaa mieltä Ruutiaisen (2012, 130) kanssa siitä, että yksi, jolla voidaan arvokkuutta lisätä, on mielikuvat. Yhdelle arvokas, voi kuitenkin olla toiselle täysin arvoton, joten kaikkia ei edes kannata yrittää miellyttää. Omien korujeni suunnittelu koostuu materiaalin ominaisuuksien ja teollisen työstettävyyden pohjalta, joista olen luonut omaa visuaalista silmää miellyttäviä muotoja ja väriyhdistelmiä käytettävyyden ja tarinoiden inspiroimana.

Korutaiteen kenttä: korutaideyhdistyksen toimintaa. Korutaideyhdistys ry on perustettu vuonna 2005 Lappeenrannassa. Se toimii valtakunnallisesti ja sen tavoitteena on edistää ja tehdä tunnetuksi nykykorua muotoiluna ja taiteena Suomessa. Lisäksi päämääriin kuuluu parantaa suomalaisen korun tunnettuutta ulkomailla. Yhdistys järjestää näyttelyitä, esitelmä- ja keskustelutilaisuuksia ja tiedottaa alan tapahtumista. (Korutaideyhdistys 2015.)

3 CORIAN MATERIAALI

3.1 Corian materiaalin kuvaus

DuPont toi Corian materiaalin markkinoille yli 40 vuotta sitten. Se on poikkeuksellisen kestävä materiaali, joka soveltuu ylelliseen muotoiluun sisustuksissa kodeissa ja julkisissa tiloissa. Se soveltuu yhtä hyvin kylpyhuoneen seinämateriaaliksi kuin työtasoiksi, huonekaluiksi tai vaikka valaistukseen. (Dupont 2015.) Corian materiaali toimitetaan levyinä, mutta myös valmiina tiskeinä ja altaina. Auktorisoidun Corian-valmistajan asennuksille annetaan 10 vuoden rajoitettu tuotetakuu. (Dupont 2015.)

Tuotetietoja Corianista. Corian on komposiitti materiaali, joka pitää sisällään 2/3 luonnon mineraaleja, 2/1 akryyliä ja pigmenttejä, eli alumiinitrihydroksidi 2/3 (ATH), vrt. luonnonmineraali ja 1/3 metyylimetakrylaatti (MMA) eli korkea laatuinen akryyli (Dupont 2015). Corianin koostumus on kiinteä, homogeeninen, ei huokoinen (Nomart a). Se on helppohoitoinen ja hygieeninen, ja voisin sen vuoksi ajatella, että sopii todella hyvin ihon kanssa kosketukseen. Hygieenisyyden ja helppohoitaisuuden ajattelen antavan koruille turvallisen lähtökohdan. Tarkoitan sitä, ettei materiaali aiheuta allergisia reaktioita, tai irrota pinnasta mitään hankauksenkaan myötä. Koruihin Corianin kestävä ja pitkäikäinen olemus ovat mielestäni hyvä ominaisuus. Se kestää iskuja ja lämmönvaihteluita, eikä syövy (Nomart a 2015). Työstettävyydeltään lähes yhtä helppo kuin puu, mutta tarjoaa työstämiseen enemmän vaihtoehtoja, koska on lämpömuovattava, ja ei tarvitse pintakäsittelyyn kuin hiontaa eikä aina sitäkään. Materiaalista löytyy useita kauniita ja trendikkäitä värejä ja se on UV-vastustuskykyinen (Nomart a 2015). Väri vaihtoehtojen laajuus antavat mielestäni paljon mahdollisuuksia luovuudelle. Ylijäämämateriaalin käyttö rajoittaa väri-mahdollisuuksien hyödyntämistä.

Corian-materiaalin käyttökohteita. Havaintojeni mukaan Suomessa Corianin käyttö pienissä design-tuotteissa on aika vähäistä. Suomessa sen käyttökohteet sijoittuvat mielestäni suurimmaksi osaksi sairaaloihin, purjeveneiden sisustuksiin, keittiön tasoihin, ja eri julkisten tilojen tiskiratkaisuihin jne. Opinnäytetyöni yhteistyökumppanina toimivan Korallituote Oy:n omiin Corian-tuotteisiin kuuluu sairaala-

kalusteiden osalta muun muassa yrityksen kehittälemät Hygien Module, Module 1 A 8 kirurgien käsienpesuallas, Module 2 E korkeussäädettävä amme (Korallituote 2015). Mielestäni yritys on käyttänyt järkevällä tavalla Corian-materiaalin ominaisuuksia hyödyksi, ja se mistä pidän erityisesti on ajatus, jossa sairaalaan (joka saatetaan mieltää hyvinkin ankean ja värittömän oloiseksi paikaksi) on suunniteltu sekä visuaalisesti että käytännöllisesti laadukkaan näköisiä tuotteita. Itse voisin hyödyntää ajatusmallia pohtimalla uusia kehityskohteita, joissa muotoilu ja visuaalisuus eivät vielä näy tarpeeksi. Materiaalin ominaisuudet tulisi mielestäni myös pyrkiä käyttämään hyödyksi ja pohtia kohteita ehkä juuri materiaalin hyödynnettävien ominaisuuksien pohjalta.

Koruihin tämän ajatusmallin yhteen saattaminen ja syvällisempi ajatusprosessi veisi minulta liikaa aikaa, joten nopeasti ajateltuna voisi koruissa tätä mallia hyödyntää perusasioissa, koska se pohjautuu mielestäni korusuunnitteluun muutenkin. Yksinkertaisiinkin asuihin voidaan hakea näyttävyyttä koruilla, mutta tämä näyttävyyden hakeminen koruilla lienee ennemminkin sääntö kuin poikkeus, joten tämän asian huomioimisessa ei ole mitään uutta tai innovatiivista. (En kuitenkaan tarkoita, että korusuunnittelun lähtökohtana olisi aina näyttävyyden hakeminen.) Näkisin kuitenkin, että materiaali voisi mahdollistaa ominaisuuksiensa vuoksi visuaalisesti ja käytännöllisesti erottautumiskykyisiä koruja, mutta asiaa voidaan selvittää kokeilujen ja kehittelyjen myötä.

Dezeen magazine:ssä (dezeen.com 2007) esitellään Corianista valmistettuja pieniä design-tuotteita, joissa näkyy mielestäni hyvin muotoiluun liittyvät mahdollisuudet ja innovatiivinen ajattelu materiaalia kohtaan. Tykkään erityisesti näissä tuotteissa esiintyvistä muodoista, ja mielestäni niissä on leikkisiä vivahduksia, minkälaiseksi kuvaisin juuri näitä pyöreitä ja ritilämäisiä kohtia tuotteissa. Tuotteiden (Deezer 2007) ulkomuodosta pystyin ymmärtämään materiaalin ominaisuuksia ja mahdollisuuksia, joita voisin ehkä hyödyntää tulevaisuudessa.

3.2 Corianin suhde ympäristöön

Corian on kemiallisesti passiivinen, eikä lahoa tai liukene veteen. Se on paloturvallinen, eikä edistä palon leviämistä tai vapauta palaessaan myrkyllisiä kaasuja, se

täyttää Euroclass C-s1,d0 paloturvakuokituksen. Corian-lastuja voidaan turvallisesti polttaa, ja sitä on käytetty jopa asfaltin täyteaineena. Kaatopaikallakaan se ei vapauta haitallisia aineita luontoon. Ympäristönäkökulmasta materiaali on turvallinen ja kestävä. (Nomart b 2015.) Youtube:sta (2015) löytyy video, jossa havainnollistetaan mielestäni hyvin se kuinka jätteitä kierrättämällä saadaan jotain laadukasta ja kestävästä (Youtube 2015). Pidän mielenkiintoisena sitä kuinka pitkälle innovatiivinen ajattelu kierrätystä kohtaan voidaan vielä viedä.

Corianin sertifikaatit:

- Myrkytön ja ei- allergisoiva: pinnat ovat FDA 1.77.1010 vaatimusten mukaisia ja NSF/ANSI 51 sertifioituja (kontakti kaiken tyyppisten ruoka-aineiden kanssa.)
- Ei raskasmetalleja: EU:n RoHS Direktiivin (2002/95/EC) vaatimusten mukainen ja saanut kolmannen osapuolen sertifikaatin.
- Kierrätysmateriaalisältö CSC- sertifioitu: Corian® Eco-Terrazzo- sarjan värit pitää sisällään max 25% kierrätettyä teollisuuden ylijäämämateriaalia. Eco-Concrete- sarja sisältää 15% kierrätettyä teollisuuden ylijäämämateriaalia. Jotkut muut Corian materiaalit saattavat sisältää 6-13% ylijäämää, mutta ovat saaneet CSC- sertifikaatin.
- Matalat VOC- päästöt ei ylitä haihtuvien orgaanisten yhdisteiden (VOC) haitallisten ilmansaasteiden (HAP) päästörajavaatimuksia ja se on saanut GreenGuard järjestön Indoor Air Quality- sertifikaatin.
- LEED Green Building Rating – järjestelmän mukainen: voi auttaa rakennusprojekteissa LEED pisteiden hankinnassa myönteisten ominaisuuksien ansiosta, joita ovat: materiaalin uudelleen käytettävyys, kierrätetyn materiaalin käyttö, sekä alhaiset VOC- päästöt.

(Nomart b 2015.)

4 KORUMALLISTOJEN SUUNNITTELUPROSESSIT

4.1 Korujen inspiraation lähteiden syntyminen ja suunnitteluprosessin arviointia

Tarkoituksena minulla oli suunnitella kaksi korumallistoa, joiden inspiraation lähteet poikkeavat toisistaan. Valitsin luonnon ja satuhahmot teemoiksi, joista kehitin tarkemmat inspiraation lähteet. Nämä aiheet tuntuivat tarpeeksi erilaisilta ja omalta osaltaan mielenkiintoisilta. Halusin kokeilla suunnittelussa ja toteutuksessa eri asioita, joten päädyin valitsemaan selvästi poikkeavat inspiraation lähteet.

Luontoaiheesta valitsin sulan, koska sillä voidaan mielestäni kuvata abstraktistia monia vertauskuvallisia asioita, ja ammentaa selkeitä ja veistoksellisia muotoja. Sulka-teeman pohjalta valitsin malliston ensimmäisen korusarjan nimeksi Sulkankeitto ja toinen sai nimekseen Rauhan kyyhky. Aiheet kiehtoivat, koska ajatuksena minulla oli toteuttaa sulka-teemaan tuotekuvien osalta hieman klassiseen tyyliin viittaava otos ja toiseen hieman rennompia ja hippityylinen tuotekuva-versio. Kuitenkin ajatuksena oli säilyttää korujen toimivuus, niin arkisissa kuin juhlavissa tilaisuuksissa.

Satuhahmoista puolestaan valitsin Tuhkimon, koska pidän paljon eri tarinoista ja valitsemalla valmiin sadun pystyin rakentamaan tarinan korujeni ympärille, ja luomaan omanlaista mielikuvaa sen avulla. Mielestäni Tuhkimon tarinalla on monta eri ulottuvuutta, joihin tarttua ja ottaa inspiraatiota, kuten väärä, köyhyys, rikkaus ja rakkaus. Valintaan vaikutti myös aiheen kiehtovuus tuotekuvien osalta. Tämän teeman ensimmäisen korumalliston nimi on Keskiyön loisto ja toinen on Haaveiden aika. Nämä korumallistot ovat teemoiltaan vastakohtat. Vastakohtat ne ovat siinä suhteessa, että halusin kuvien välityksellä esittää ne kahdesta eri näkökulmasta. Juhlavassa ja arkisessa tuotekuvassa, jotka pohjautuvat tarinaan. Haluan kuitenkin painottaa, että kaikki korut olen ajatellut niin arkeen kuin juhlaan, vaikka sekä sulka- että satuhahmo-teeman korusarjoissa kuvaan arkea ja juhlaa erikseen. Näihin lopullisiin teemoihin päädyin tietenkin ensisijaisesti mielenkiinnon kautta, mutta jouduin huomioimaan ylijäämäpalojen värimahdollisuudet, levyjen koot ja työstömahdollisuudet, jotka olivat sovelluttava teemojen kanssa yhteen.

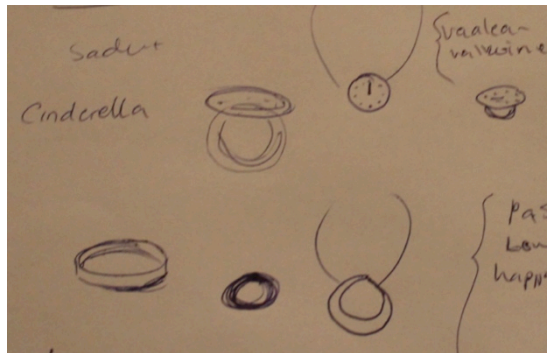
Suunnitteluprosessin arviointia. Omat korusuunnitelmani pitävät sisällään puhdaita ja selkeitä linjoja ja veistoksenomaisia piirteitä. Koruissani olen käyttänyt Corian-materiaalia, jota ei yhdistetä yleisesti korumuotoiluun, mutta mielestäni siinä on hyvin paljon potentiaalia korumuotoilun saralla. Korujeni visuaalinen ilme ja Corian-materiaalin käyttö viittaavat mielestäni sekä nykykoruun että modernismiin, jos asiaa tarkastellaan Archerin (1965, 5) määritelmien mukaan, joita Ikonen (2004, 29) on esitellyt.

Luonnostelin aluksi käsin nopeita hahmotuksia koruista. Tämän jälkeen jatkoin piirtämistä Autocadilla, eli graafisella suunnitteluohjelmalla, jolla voidaan piirtää mm. kaarien ja viivojen avulla eri muotoja. Autocadilla Tein CNC-jyrsimen työstöön sopivat muodot. Suunnittelussa jouduin huomioimaan eri kaarien jyrkkyyksiä ja ylipäätään kaikkien muotojen tuli olla CNC-jyrsimen eri terämahdollisuuksien pohjalta mietittyjä, jotta työstäminen oli mahdollista.

Corian-koruja valmistaessa pidin mielessä kestävyuden yhtenä osana ja huomasin sen vaikuttavan väistämättä muotoiluun. Oli mietittävä, miten paljon korun tulisi kestää käytännössä ja mitä kestävyydellä ylipäätään hain. Visuaalisen ilmeen rakentamisessa jouduin siis huomioimaan myös kestävyuden, työstömahdollisuudet, materiaalin ominaisuudet, ja ylijäämämateriaalista aiheutuvat rajoitukset.

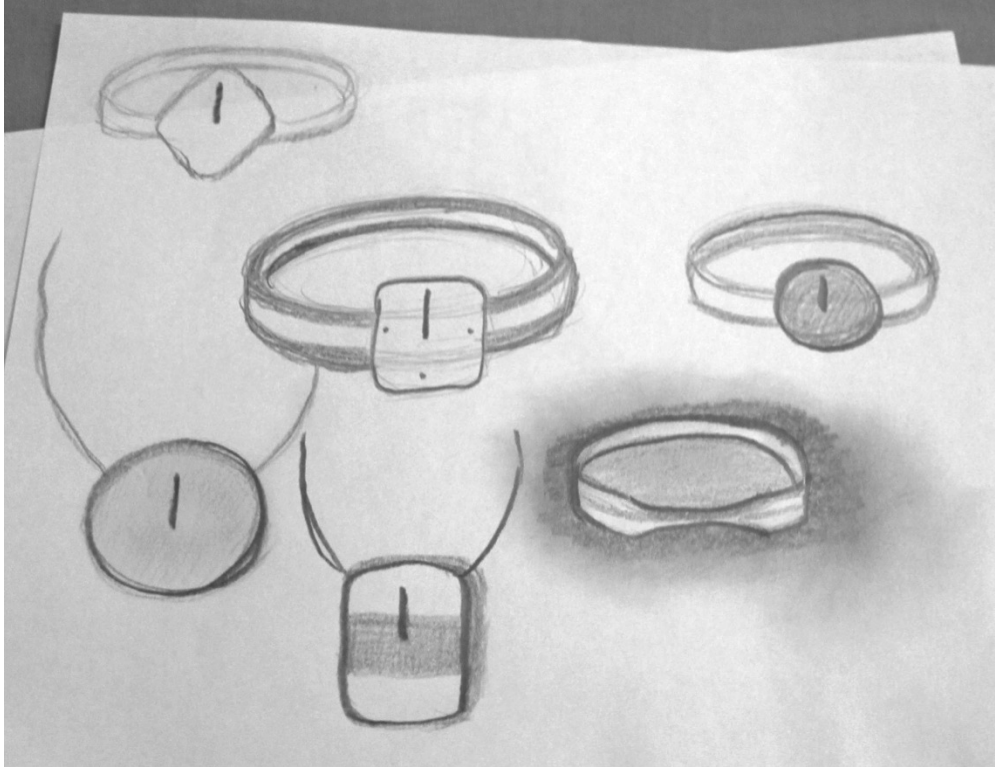
4.2 Mallistojen inspiraation lähde: Tuhkimo

4.2.1 Luonnokset



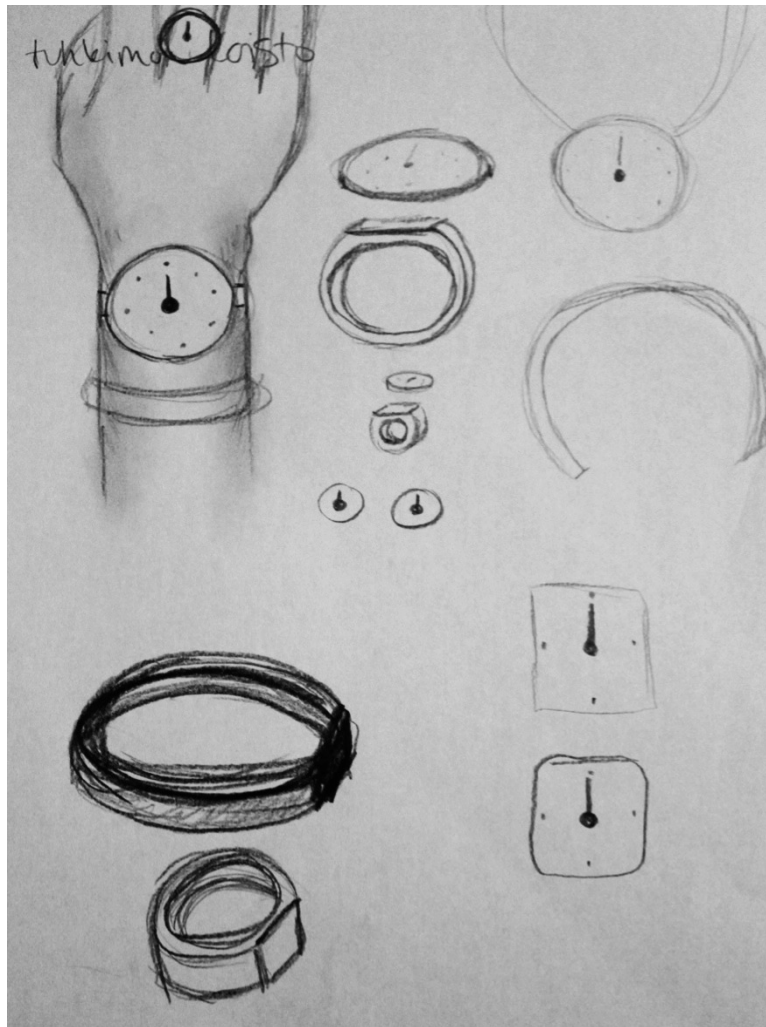
Kuva 1. Käsin piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 2.

Kuvassa (kuva 2.) pohdin korusarjan kokonaisuutta ja mitä koruja mallistoon valitsen. Kartoitin ja listasin itselleni myös eri koru-vaihtoehtoja kuten rannekoru, nilkkakoru, sormus, korvakorut, kaulakoru ja eri asustetyylisiä koruja kuten vyökoru, hiuskoru ja hiuspanta. Päädyin aika pian valitsemaan kaulakorun, sormuksen ja rannekorun, koska ne miellyttivät korusuunnittelun kannalta eniten, vaikka kiinnostusta olisi ollut suunnitella paljon muutakin.



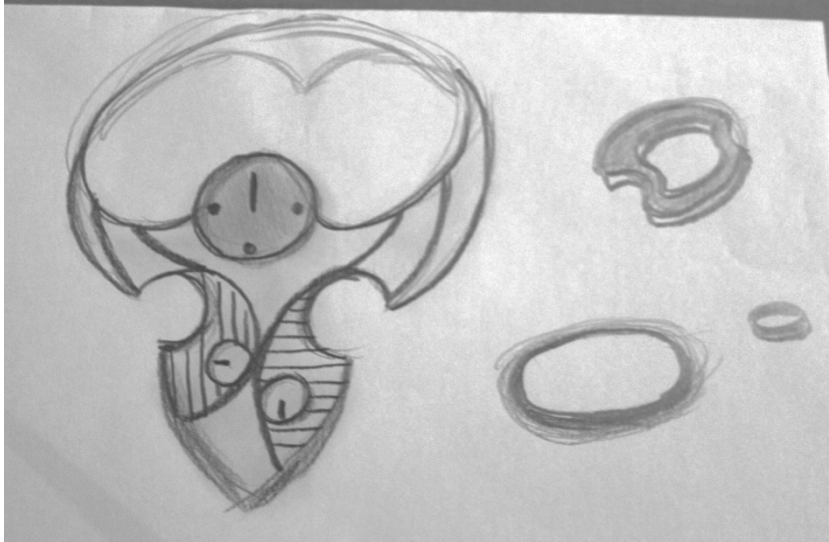
Kuva 2. Käsien piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 1.

Kello-aihe tuli mieleen Tuhkimosta, koska tarinassa Tuhkimon taika raukeaa kellon lyödessä 12 yöllä. Tästä tein eri versioita ja halusin pyrkiä mahdollisimman pelkistettyihin muotoihin ja kuvailuun koruissa, koska se miellyttää omaa visuaalista silmää enemmän kuin runsaat kuvioinnit. Pyöreällä muodolla hain ehkä enemmän perinteisempää kellon kuvausta, kun taas muut muodot viittaavat mielestäni uudenlaiseen malliin (kuva 2.).



Kuva 3. Käsin piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 3.

Suunnittelin hieman muotoja sen pohjalta, miten esimerkiksi kello-osa saadaan kiinnitettyä käsikoruun tai sormukseen (kuva 3.). Piirsin suoran kohdan sekä sormukseen että käsirenkaaseen, jotta kello-osa voitaisiin liimata helpommin kiinni suoraan ”alustaan”. Samalla piirsin hieman kokonaisuutta, jotta hahmotin miltä korut kädessä näyttäisivät. (kuva 3.)



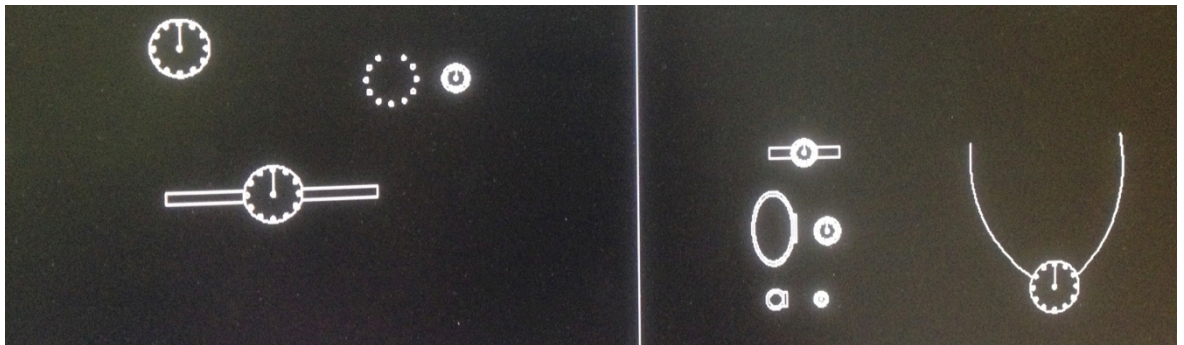
Kuva 4. Käsin piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 4.

Keskiyön loistoa lähdin luonnostelevaan näyttävällä kaulakorulla, joka on kuvissa 4. ja 5. Halusin tehdä jotain hieman rohkeampaa ja kenties ottamaan tässä isomman riskin ”epäonnistua”. Tämän korun halusin olevan hieman enemmän mahtipontinen, mutta tyyllisen uskollinen selkein muodoin. Kuvasta (kuva 4.) voi nähdä hieman runsaanlaista kuviointia ja pienten kellojen ympäröivät viivat olin ajatellut kuvaamaan vastakohtaisesti viisareiden suuntaa (ympäröivällä viivoituksella vain visuaalinen merkitys). Oikean puoleisessa kellon ympäröimässä viivoituksessa viivat ovat viisariin nähden eri suunnassa ja vasemman puoleisessa myös (kuva 4.). Kellojen tarkoitus on kuvata sitä, kuinka aika kuluu puoli kahdestatoista kahdeentoista (kuva 4).



Kuva 5. Auto-cadilla piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 1.

Kuvassa (kuva 5.) on Keskiyön loisto-kaulakorun kehittelyä Autocadilla. Kuten kyseisestä kuvasta näkyy olen kokeillut eri vaihtoehtoja kuvioiden ja kokonaismuodon suhteen. Kuvan (kuva 5.) vasemmassa reunassa korun pääosa on pyöreämpi kuin kuvan oikeassa reunassa olevassa mallissa. Halusin enemmän tilaa pääaukolle, koska korun pukeminen päälle on erittäin tärkeässä roolissa käytettävyyden kannalta. Pääaukon ns. takaosa, eli kuvan (kuva 5.) oikeassa reunassa olevassa mallissa yläosa on suipon ja terävän muotoinen, koska halusin takaosan olevan yhtä lailla näyttävän näköinen ja huomiota herättävä.



Kuva 6. Auto-cadilla piirrettyjä luonnoksia Tuhkimo aiheesta 2.

Kuvassa (kuva 6.) hahmottelin Haaveiden aika-korumalliston kokonaisuutta ja sitä, minkä tyyppisen kaulakorun haluan mallistoon. Mielessäni oli riipusmainen malli, koska halusin Keskiyön loisto- ja Haaveiden aika-mallistojen poikkeavan toisistaan, niin ulkomuodon kuin valmistuksen osalta. Kuvat 1-6. pitävät sisällään luonnoksia Tuhkimo-temasta, jossa olen ideoinut sekä Keskiyön loistoa että Haaveiden aika mallistoja. Kuvat 4. ja 5. ovat Keskiyön loisto-kaulakorun hahmottelua, ja loput ovat Haaveiden aika malliston luonnostelua.

4.2.2 Valmistus



Kuva 7. Tuhkimo teeman koruvalmistus 1.

Kuvassa (kuva 7.) käytän CNC-jyrsin-konetta apuna korujen työstämisessä. Jyrsin työstää automaattisesti ohjelman mukaan tehdyt kuviot, jotka piirsin Autocadilla ja siirsin CNC-koneelle tarkoitettuun ohjelmaan. Ohjelmassa määritin eri jyrsinterät ja työstösyvydet sekä terän kompensoinnit. Jyrsinnän tarkoitus on mahdollistaa täsmälliset muodot ja kuviot. Ohjelmaa tehtäessä on otettava huomioon kuinka syvälle mikäkin kuvio tai kohta tulee jyrsiä. Näillä syvyystoiminnoilla ja terävalinnoilla voidaan vaikuttaa esimerkiksi visuaalisen ilmeen luontiin.



Kuva 8. Tuhkimo teeman koruvalmistus 2.

Kuvassa (kuva 8.) näkyvät jyrityt kelloaihiot ovat Haaveiden aika-korusarjaan. Olen jyrinyt kelloaihioiden ympäriltä CNC-jyrsimen avulla neljän millimetrin syvyyteen, jotta kellot voidaan irrottaa hiomalla levyn toiselta puolelta kaksi millimetriä pois. Levy on yhteensä kuusi millimetriä paksu, joten kelloaihioiden paksuudeksi jäi neljä millimetriä. Valitsin pyöreän kellon, koska mielestäni se sopi parhaiten yksinkertaisuudellaan teemaan. Se ei herätä liikaa huomiota, mutta on selkeästi sitä mitä esittää. Viisari on tarkoituksella kello 12 kohdalla, koska se liittyy tarinaan. Jyrinnän jälkeen pystyi näkemään, miltä suunnitelmat todellisuudessa näyttivät. Tässä kohtaa olin tyytyväinen näkemääni.



Kuva 9. Tuhkimo teeman koruvalmistus 4.

Liimasin kolme kuuden millimetrin Corian-levyä päällekkäin, jotka näkyvät kuvassa (kuva 9.). päällekkäin on sininen, valkoinen ja sininen levy. Liimauksen jälkeen jyrasin tämän n. 18 millimetriä paksun levyn CNC-jyrsimellä. Yritin asetella jyrsinnot mahdollisimman lähekkäin hukkamateriaalin minimoimiseksi.

Nämä kuvaan (kuva 9.) kuuluvat aihiot ovat Haaveiden aika-korusarjaan. Jyrshintä-vaihe oli hieman epävarma, koska jyrsittävä levy oli melko pieni ja vaati jyrsinnopeuden säätämisen todella hitaalle. Päätin jyrsiä vain kolme millimetriä kerrallaan, koska levy oli vain yhdellä imukupilla kiinni. Pienellä jyrsinnopeudella ja kerroksia kolmen millimetrin syvyyteen kerrallaan jyrsimällä halusin estää sen, ettei levy päässyt liikkumaan tai irtoamaan jyrsinnan aikana. Näiden toimenpiteiden vuoksi jyrshintään meni tavallista pidempi aika. Jos kiinnitettävä kappale olisi ollut isompi, sen olisi voinut kiinnittää useammalla imukupilla, mutta ylijäämämateriaalista määrätynyt koko oli yksi ongelma, joka ilmeni tässä kohtaa.



Kuva 10. Tuhkimo teeman koruvalmistus 3.

Kuvassa (kuva 10.) on cnc-jyrsimellä jyrsitty kaulakoruaihio. Tässä (kuva 10.) kaulakorun pinnassa oleva kuviointi näkyy melko epäselvästi, joten jouduin miettimään ratkaisua, jolla ne saataisiin paremmin esiin. Halusin saada kuviot esiin paremmin, koska korun etuosa oli pinta-alaltaan melko suuri ja pelkkien ulkomuotojen erottuminen olisi tehnyt mielestäni korusta epämääräisen ja keskeneräisen näköisen.



Kuva 11. Tuhkimo teeman koruvalmistus 5.

Kuvan (kuva 11.) korussa olen käyttänyt harmaata Corianille soveltuvaa liimaa, jotta sain kuvioinnin näkymään paremmin. Lisäsin liimaa jyrsittyihin uriin ja hion ne sileiksi viimeistelyvaiheessa. Lämmitin kaulakoru-aihion uunissa ja taivutin sen mallin päällä (kuva 11.). Viimeistelyn tein ennen taivuttamista, koska taivuttamisen jälkeen liimaaminen ja hiominen on vaikeaa haastavien muotojen vuoksi. En tiennyt miten liima reagoi uunissa, mutta kokeilun myötä huomasin, ettei siitä koitunut haittaa. Uriin levitetty liima jätti hieman ilmakuplia, jotka huomasin hioessani yli-

määräistä pois. Tämä voisi tarkoittaa, että liiman käyttö ei ole kannattava menetelmä kuvioiden esille tuomiseksi tai olen ollut huolimaton sitä levittäessä.



Kuva 12. Tuhkimo teeman koruvalmistus 6.

Tässä (kuva 12.) esittelen eri kokeiluja Tuhkimo-teeman Haaveiden aikamallistoon. Oikealla on kaulakoru ja vasemmalla ranteen ympärillä on eri versioita rannekoru-kokeiluista. Mielestäni nämä kaikki korut sopisivat Haaveiden aikamallistooni, mutta olen päättänyt kasata korusarjan, johon kuuluu vain yksi rannekoru, sormus, ja kaulakoru. Tietysti voisi miettiä jatkossa kävisikö näistä versioista joku malliston jatkoksi.



Kuva 13. Tuhkimo teeman koruvalmistus 7.

Nämä ovat kaulakoru- ja sormus-kokeiluja (kuva 13.) Tuhkimo-teeman Keskiyön loistoon. Kuvassa (kuva 13.) olen hakenut abstraktimpaa korumallistoa kokeilumielessä siltä varalta, etten olisi tyytyväinen rohkeampiin koru-kokeiluihini, joita suunnittelin luonnosteluvaiheessa. Tämä kaulakoru-kokeilu sai alkunsa vasta valmistusvaiheessa, joten tästä ei ole luonnoksia. Riipuksen keskellä olevat pyöreähköt osat (kuva 13.) ovat alun perin sormus-kokeiluista, ja riipuksen ulkokehä taas rannekoru-kokeilusta, mutta päädyin yhdistämään nämä kaulakoruksi. Tein tämän kokeilun oikeastaan sen vuoksi, että halusin luopua täysin esittävydestä ja rakentaa väreillä ja muodoilla abstraktin kaulakoru-mallin.

Kaiken kaikkiaan en saanut luotua tarpeeksi isoa tunne-yhteyttä kehittämäni tarinan ja korun välille joten koin, ettei koru sovi mallistoon. Tarkoitan sitä, etten saanut tunneyhteyttä näiden välille omasta mielestäni. En voi silti tietää olisiko se välittynyt kohderyhmälle.

4.2.3 Kuvat ja perustelut koruvalinnoista



Kuva 14. Haaveiden aika korumalliston tuotteet.

Tähän korusarjaan nimeltä Haaveiden aika (kuva 14.) valitsin sinivalkoisen kelloaiheen, koska mielestäni se vaikutti modernilta ja sopivan kuvaavalta tulkinnalta Tuhkimosta. Korut eivät anna suoranaista kuvaa tarinasta, mutta ne voidaan yhdistää tarinan avulla korusarjaan. Tässä mallistossa (kuva 14.) halusin korostaa nuorekkuutta ja käytännöllisyyttä. Mielestäni mallisto sopii moneen eri tyyliisuuntaan. Kuvaisin sitä nuorekkaaksi ja sporttiseksi, mutta samalla hienostuneeksi ja trendikkääksi. Kaulakoru-osa (kuva 14.) sai lopullisen ilmeen työstövaiheessa, jossa huomasin, etten voi kiinnittää kaulanauhaa tavalla, jolla olisin halunnut, joten päädyin liimaamaan kello-osan taakse ellipsin muotoisen valkoisen Corianista tehdyn renkaan. Mielestäni siitä tuli parempi versio, koska sormuksessa ja rannekorussa on myös valkoista ja sinistä. Luonnosvaiheessa olin suunnitellut ranteessa olevan kello-osan suuremmaksi, mutta päädyin kuitenkin käyttämään pienem-

pää, koska se saa ranne-osan enemmän esiin, ja tuntui niin visuaalisesti että käytännöllisesti paremmalta ratkaisulta.



Kuva 15. Haaveiden aika korumallisto

Kuvassa (kuva 15.) halusin tuoda esiin haaveilevan Tuhkimon arkisessa asussa. Haaveiden aika kuvastaa Tuhkimon tarinasta sitä aikaa, kun Tuhkimo eli ns. orjana ja tuli väärin kohdelluksi. Valitsin väreiksi valkoisen ja vaaleansinisen, koska ne ovat hentoja värejä, ja varsinkin vaaleansinen liitetään useasti Tuhkimoon, koska tarinoiden eri versioissa hänelle on kuvitettu vaaleansininen mekko tai hiuspanta. Tässä korusarjassa (kuva 15.) kello symboloi ”haaveiden aikaa”. Kenties haavetta jostain paremmasta. Mielestäni tähän tarinaan monen on helppo samaistua.



Kuva 16. Keskiyön loisto korumalliston tuotteet.

Tähän Keskiyön loisto-korusarjaan (kuva 16.) valitsin suurehkon ja muodokkaan kelloaiheisen kaulakorun. Kello-aiheisen sen vuoksi, että edelleen halusin liittää tuhkimotarinan mallistoon. Samasta syystä pidin vaaleansinisen värin mukana, mutta vaihdoin valkoisen mustaan, koska halusin tästä mallistosta hienostuneemman kuin Haaveiden aika-korusarjasta. Tein myös käsikoruista ja sormuksesta pelkistettyjä ja yksinkertaisia kaulakorun rinnalle. Rannekoruja on kuvassa (kuva 16.) kaksi vaaleansinistä ja kaksi mustaa, eivätkä ne ole kiinni toisissaan vaan ovat erillisinä kappaleina tarkoituksen mukaisesti, jotta niitä voidaan käyttää monipuolisesti.



Kuva 17. Keskiyön loisto korumallisto.

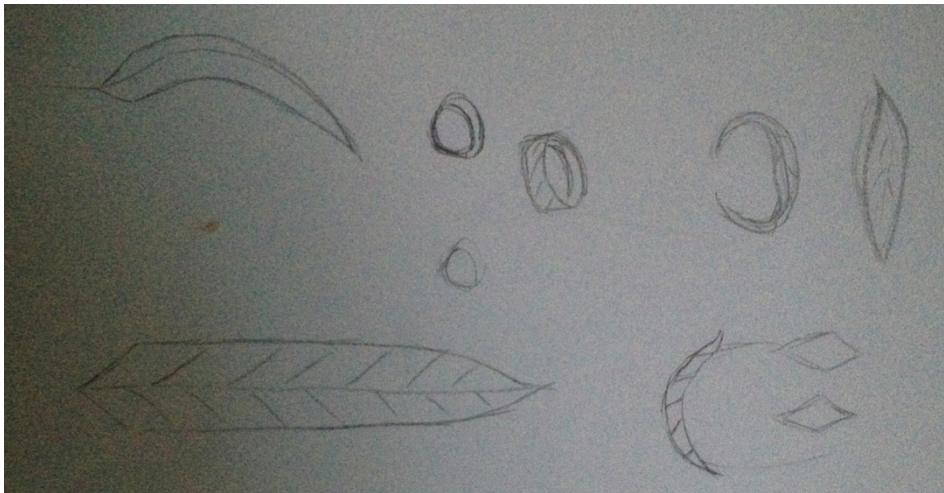
Keskiyön loisto-tuotekuvaan (kuva 17.) halusin ilmeen, joka kuvaa Tuhkimoa juhlavammassa asussa. Keskiyön loisto (kuva 17.) kertoo vastaavasti siitä ajasta, kun Tuhkimo sai mahdollisuuden lähteä juhliin hienoissa vaatteissa, jotka haltija oli hänelle taikonut. Aikaa Tuhkimolla oli 12 asti yöllä, jonka jälkeen taika loppui, ja hänen vaatteensa muuttuivat entiselleen. Keskiyön loisto kuvastaa jatkoa Haaveiden ajasta. Tässä ehkä yksi Tuhkimon haaveista toteutuu.

Korusarjassa (kuva 17.) halusin tuoda esiin onnellista aikaa ja koruissa hienostunutta ilmettä. Väreiksi valitsin korusarjaan mustan ja vaaleansinisen, koska halusin kuvata yön mustaa tähtitaivasta ja nk. sinistä hetkeä. Hallitsevan ja haarniskamaisen kaulakorun muotoilu, ja väritys ovat peräisin ajatuksesta, jossa hain vahvaa ja itsevarmaa ilmettä, ja tällä tarkoitan itsevarmuutta olla sitä, mistä haaveilee. Kaulakorussa (kuva 17.) voi huomata myös ison kellon alla olevat kaksi pientä kelloa, jotka esittävät sitä, miten kello käy ja miten tärkeää on elää omaa unelmaa ennen kuin se on myöhäistä. Sinisen hiuspannan (kuva 17.) valmistin myös Corianista,

mutta se ei kuulu korusarjaan. Ajattelin, että pannan lisääminen korusarjaan saattaisi vaikuttaa negatiivisesti korusarjan arvokkuuteen, koska en itse luokittele hiuspantaa arvostetuksi koruksi vaan asusteeksi, jolla ei ole kovin suurta taidearvoa.

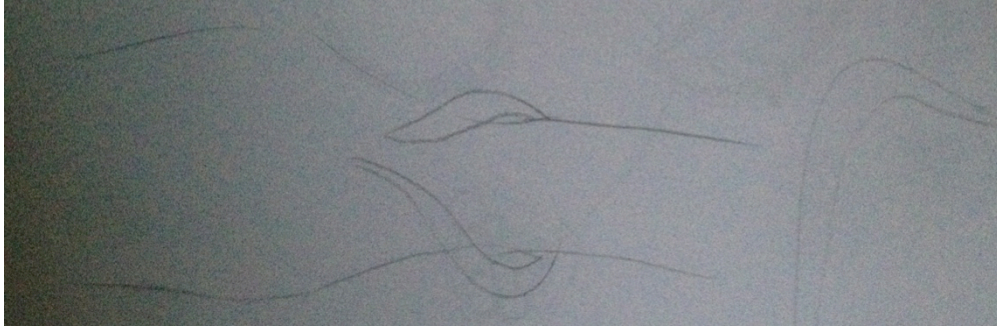
4.3 Mallistojen inspiraation lähde: Sulka

4.3.1 Luonnokset



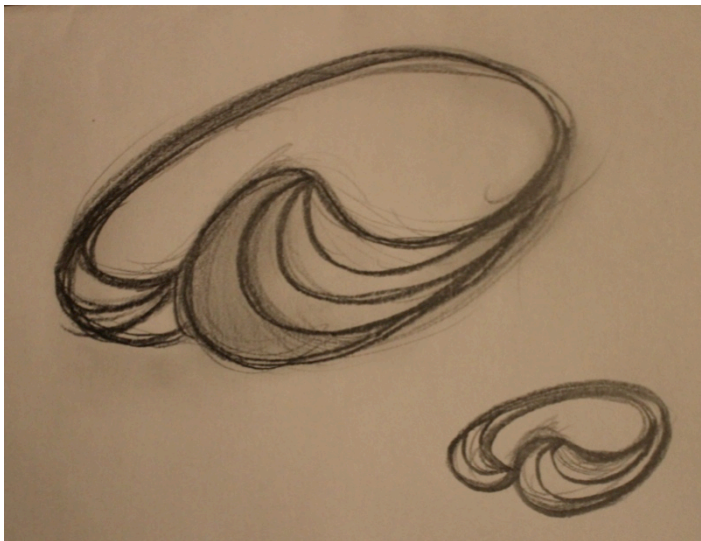
Kuva 18. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 1.

Kuvassa (kuva 18.) olen hahmotellut sulan muotoja ja ilmettä eri korumalleihin, kuten sormukseen, rannekoruun, ja kaulakoruun. Luonnoksiin en juuri koskaan käytä aikaa, koska minun tapani on piirtää todella nopeita hahmotuksia ja mitä enemmän pystyn näkemään lopputuloksen omin ajatuksin, sen sotkuisempia ja ulkopuolisen silmin varmasti epämääräisen näköisiä luonnokseni ovat. Luonnostelu on mielestäni kuitenkin tärkeä tapa muotoilijalle kehittää eri versioita ja havainnoida uusia ideoita. Joskus on myös pystyttävä esittämään ideoita piirtämällä ulkopuoliselle, jolloin niihin on panostettava tietysti enemmän. Tässä en nähnyt luonnosten laatua niin tärkeässä roolissa, koska työssä esittelen lopulliset tuotokset.



Kuva 19. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 2.

Rannekorun suunnittelussa minua helpotti ranteen piirtäminen (kuva 19.), jonka ympärille hahmottelin korun muotoja. Tässä kuvassa (kuva 19.) mietin rannekorun rakennetta ja toimivuutta.



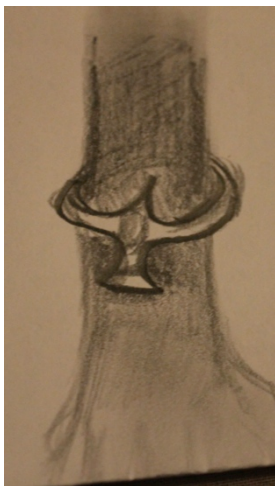
Kuva 20. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 3.

Tässä olen suunnitellut ranne- ja kaulakorun (kuva 20.) yhteenkuuluvuutta. Mietin miten malliston kaksi pääosaa (kaulakoru ja rannekoru) toimivat muotokieleltään keskenään ja olisivat yhteneväisen näköisiä. Mielestäni malliston korut eivät voi aivan täysin poiketa toisistaan. Muotokieli ei tarvitse aina olla se, millä ne liitetään yhteen, mutta jokin yhteys toisiinsa niillä olisi hyvä olla.



Kuva 21. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 4.

Kyyhky (kuva 21.) tuli mieleeni, kun ajattelin valkoista sulka-aiheeseen liittyvää mallistoa. Se on mielestäni rauhoittava ja vapautta kuvaava lintu, joka kiinnosti ja puhutteli monella tapaa. Tässä kuvassa (kuva 21.) olen suunnitellut käsi- ja kaulakorua.



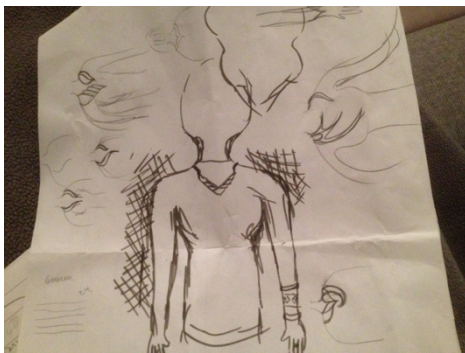
Kuva 22. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 5.

Ajattelin, että voisiko mallistossa olla kaulakorun tavoin kyyhkysymboli myös rannekorussa (kuva 22.).



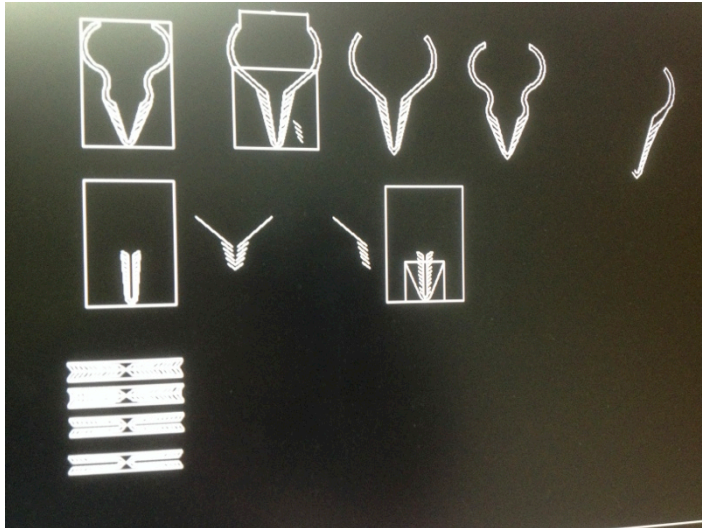
Kuva 23. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 6.

Aloin luonnostelemaan hieman erilaista ja abstraktimpaa rannekorua sulka-aiheeseen, johon toin ilmavuutta ja keveyttä jättämällä keskelle avonaisen kohdan, joka näkyy kuvan (kuva 23.) vasemmalla puolella olevassa rannekorupiirroksessa. Hain sillä visuaaliseen ilmeeseen uudenlaista näkökulmaa verrattuna aikaisempiin luonnoksiin, kuten kuvissa (kuva 20.) ja (kuva 18.). Ajattelin, että ”ilmavalla” ratkaisulla voisi olla käytännöllisellä tasolla etuja, koska koru antaisi ehkä hieman periksi, ja se menisi helpommin ranteeseen.



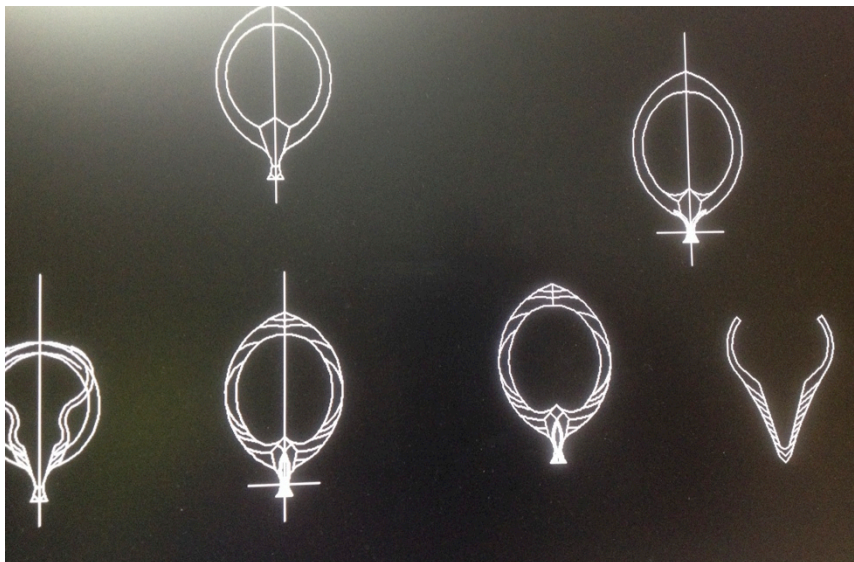
Kuva 24. Sulka teeman käsin piirretyt luonnokset 7.

Yritin tässä kuvassa (kuva 24.) havainnoida, miltä korut näyttäisivät kokonaisuudessaan ja minkälaiset mittasuhteet olisivat sopivia.



Kuva 25. Sulka teeman Autocadilla tehtyjä luonnoksia 1.

Kuvan (kuva 25.) yläreunassa on luonnostelua kaulakorusta, jossa hain kehon mukaan muotoutuvaa mallia. Yritin suunnittelun yhteydessä mitoittaa päänaukkoa ja rintalastaan asettuvaa osaa sopivan mittaiseksi. Kuvan (kuva 25.) vasemmassa alareunassa on epäselvä kuva, jossa olen piirtänyt rannekorusta luonnoksia. Näämäkin versiot (kuva 25.) olen piirtänyt taivuttamista varten.



Kuva 26. Sulka teeman Autocadilla tehtyjä luonnoksia 2.

Jatkoin suunnittelua Autocadilla (kuva 26.) luonnoksesta (kuva 21.), jossa kyyhky on kaulakorun lähtökohtana. Suunnittelin ohjelmaa hyödyntäen kuviot korun pin-

taan (kuva 26.), ja määritin suurpiirteisesti mitat, joiden toimivuutta testaisin valmistusvaiheessa.

4.3.2 Valmistus



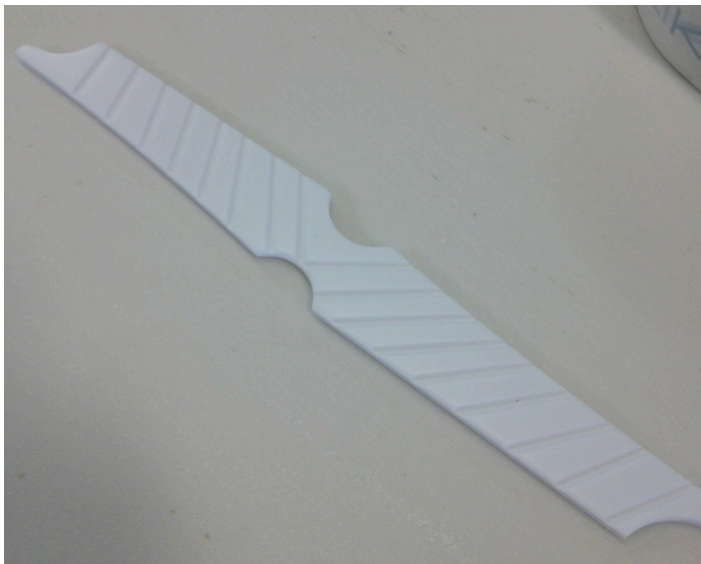
Kuva 27. Sulka teeman koruvalmistusta 1.

Kuvassa (kuva 27.) on kuuden millimetrin paksuinen Corian-levy, johon olen jyrsinyt piirtämiäni kaula- ja rannekoruja (kuva 25.) tavuttamista varten. Tässä kohtaa näin mitat konkreettisesti, mutta en voinut hahmottaa, miten mittasuhteet toimivat käyttäjän yllä, ja miten muodot asettuvat taivutuksen jälkeen (kuva 27).



Kuva 28. Sulka teeman koruvalmistusta 2.

Jyrsityt aihiot (kuva 28.) hioin tasohiomakoneella irti, jolloin ne samalla saivat lopullisen paksuuden, joka oli n. 3-4 millimetriä. Ajattelin, että se voisi olla sopiva paksuus sekä kaula-, että rannekorulle. Arvioin paksuuden toimivuutta korussa kestävyys ja visuaalisen ilmeen pohjalta.



Kuva 29. Sulka teeman koruvalmistusta 3.

Kuvassa (kuva 29.) on yksi irti hiottu käsikoruaihio, jota olen viimeistellyt ennen sen taivuttamista. Olin suunnitellut tätä sulkateemaan, ja hain tässä (kuva 29.) abstraktia kuvausta sulasta viivojen avulla. Ajattelin, että viivoilla ja korun ulko-

muodolla (kuva 29.) voisin kuvata sulan toista puolta, joka lähtisi keskiosasta symmetrisesti molempiin suuntiin. Ajatuksena oli tehdä rannekorusta (kuva 29.) mahdollisimman yksinkertainen ja mittasuhteiltaan sopiva ranteeseen.



Kuva 30. Sulka teeman koruvalmistusta 4.

Tämä kuva (kuva 30.) on taivutusvaiheesta, jossa käytin sopivan kokoista pyöreää muottia. Sisäpuolelle muottiin (kuva 30.) lisäsin täytettä, jolla pystyin säätämään ja kokeilemaan halkaisijaltaan eri kokoja. Muotti antoi hieman periksi, joka mahdollisti myös muitakin kuin vain pyöreiden muotojen kokeilua.



Kuva 31. Sulka teeman koruvalmistusta 5.

Taivutetun rannekorun (kuva 31.) testauksen tein kokeilemalla sitä omaan ranteeseen. Se oli välttämätöntä, jotta pystyin hahmottamaan miltä koru ranteessa näytti ja olivatko mittasuhteet käytännöllisiä.



Kuva 32. Sulka teeman koruvalmistusta 6.

Kuvassa (kuva 32.) taivutan kaulakorua. Taivuttamisen ajaksi oli mallille (kuva 32.) laitettava tarpeeksi paksu kerros vaatetta, koska taivutettava koru oli kuumennettava ennen taivuttamista. Mietin, vaikuttaako paksu vaatekerros liikaa muotoon, mutta parempaa muottia ei ollut käytössä, joten päädyin tähän taivutus-ratkaisuun. Jatkossa on huomioitava, että käyttäjiä on eri mallisia, ja miten ratkaista korujen toimivuus.



Kuva 33. Sulkateeman koruvalmistusta 7.

Tässä kuvassa (kuva 33.) esittelen eri korukokeiluja sulkateemaan. Oikealla (kuva 33.) on rannekorukokeiluja ja vasemmalla kaulakoru. Kahdessa rannekorussa kuvan (kuva 33.) keskivaiheilla olen koittanut tuoda sulan muotoja esiin liiman avulla.

4.3.3 Kuvat ja perustelut koruvalinnoista



Kuva 34. Sulkaneito korumalliston tuotteet.

Valitsin mallistoon selkeän yksinkertaisen, mutta mielestäni aika persoonallisen näköisen kaulakorun (kuva 34.). Se antoi sopivan rauhallista ja ryhdikästä ilmettä. Käsikorun (kuva 34.) halusin myös olevan ryhdikäs ja suoraviivainen, jotta ne sopivat yhteen. Sormuksesta (kuva 34.) tein hennon ja yksinkertaisen, joka täydentää kokonaisuutta viemättä liikaa huomiota. Kaulakorussa olen ajatellut ikään kuin se olisi halkaistu sulka, jonka voi kietoa käyttäjän ylle.



Kuva 35. Sulkaneito korusarja.

Sulkaneito-korusarjan tuotekuvaan (kuva 35.) halusin rennon ja arkisen ilmeen, mutta samalla arvokkaan ja selkeän kuvauksen siitä. Sulkaneitoa kuvaisin vapaaksi seikkailijaksi, jonka ajatukset unelmista leijailevat sulkamaisen kevyesti. Hän kulkee määrätietoisesti kohti uusia seikkailuja. Valkea väri (kuva 35.) kuvaa sulkamaista keveyttä ja graafinen ilme määrätietoista seikkailunhalua.



Kuva 36. Rauhan kyyhky korusarjan tuotteet.

Kyyhky oli aluksi hieman vieras ajatus, ja mietin, olisiko se liian esittävä ja symbolina mauton kuvaus. Olen arka käyttämään liian kuvaavia elementtejä töissäni, joka ehkä laittoi minut miettimään kyyhkyn sopivuutta koruun. Aloin kuitenkin pohtimaan enemmän kokonaisuutta, ja loppujen lopuksi kyyhky symbolina läpäisi asettamani vaatimukset visuaalisuuden suhteen ja symboli päätyi koruun. Yritin silti pitää linjan pelkistettynä (kuva 36.), koska se tyyli on enemmän minun makuuni.



Kuva 37. Rauhan kyyhky korusarja.

Rauhan kyyhky symboloi rauhaa ja puhtautta, mutta myös ystävyyttä. Kaulakorusa (kuva 37.) kyyhky on levittänyt siipensä käyttäjän ylle, jolla halusin sen viestivän rakkautta itseä ja muita kohtaan. Ajattelen näiden asioiden liittyvän myös rauhaan, ystävyyteen ja puhtauteen. Ehkä inspiraatioon (kuva 37.) on vaikuttanut median välittämät sotautiset ja muut negatiiviset aiheet, minkä vastapainoksi hain rauhaa ja rakkautta.

5 TUOTTEIDEN ARVIOINTI ULKONÄÖN PERUSTEELLA

5.1 Kyselyn rakenne

Toteutin kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimuksen kartoittaakseni eri ikäryhmien, sosioekonomisen aseman ja läänin perusteella tulleita vastauksia. Kyselyllä (liite 1.) halusin selvittää eri ikäryhmien ja heidän taustatietojen perusteella eroavatko vastausten tulokset toisistaan, ja miten se voisi vaikuttaa kohderyhmän määrittelyyn. Selvitin (liite 2.), arvostetaanko kierrätysmateriaaleista valmistettuja design-tuotteita, koska omat koruni ovat kierrätysmateriaaleista tuotettuja, ja tiedolla voisi olla tärkeä yhteys suunnittelemini korujen oston osalta. Halusin myös saada tietoa, mitkä tekijät ovat korujen ostossa tärkeitä (liite 2.). Mielestäni sillä voidaan ymmärtää kohderyhmän arvoja ja ostokäyttäytymistä sekä, mitä asioita kannattaisi painottaa tuotteiden markkinoinnissa ja suunnittelussa.

Halusin tietää, mihin kategorioihin vastaajat sijoittaisivat minun suunnittelemani koruja kuten juhlaan, arkeen vai molempiin, koska sekin vaikuttaa tapaan, jolla ehkä koruja esittelisin jatkossa. Otin kyselyn (liite 1.) avulla selvää vastaajien mielipiteitä koruihini liittyvistä tuotekuvista. Minua kiinnosti, mikä oli mieleisin tuotokuva ja miksi (liite 2.). Se antaisi tietoa siitä, mitä mielikuvia kuvat ja korut herättävät. Kyselyn (liite 1.) tein, koska halusin kartoittaa eri ikäryhmien mieltymyksiä ja ostokäyttäytymistä, joka on tärkeää tietää tuotteita myydessä ja markkinoidessa.

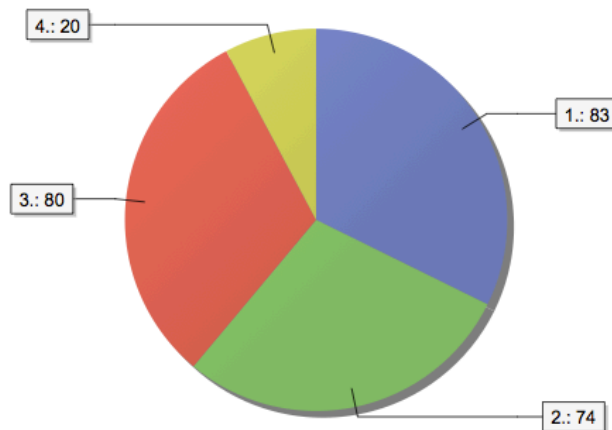
5.2 Kyselyn tulokset.

Kyselyyn (liite 1.) vastanneita oli yhteensä 273 kappaletta. 14-20-vuotiaita 31 kappaletta, 20-25-vuotiaita 120 kappaletta, 25-30-vuotiaita 71 kappaletta, 30-35-vuotiaita 30 kappaletta, 35-40-vuotiaita 10 kappaletta, 40-45-vuotaita 6 kappaletta, 45-50-vuotiaita 2 kappaletta, 50-70-vuotaita 3 kappaletta. Suurin osa vastanneista olivat työntekijöitä tai opiskelijoita Länsi-Suomen- ja Etelä-Suomen läänistä. 41 vastaajaa oli joskus ostanut netistä suomalaisia design-tuotteita.

Kohderyhmän kartoittamiseksi näin hankalaksi arvioida 40-70-vuotiaita vastaajia, koska heitä oli niin vähän. Jouduin siis jättämään nämä ikäryhmät kohderyhmäarvioinnin ulkopuolelle. Olen kuitenkin ottanut kuvissa (kuva 38.), (kuva 39.), (kuva 40.) ja (kuva 41.) esille satunnaisia vastauksia kyselyyn (liite 1.) vastanneilta, joten mukana voi olla kaiken ikäisiä 14-70-vuotiaista vastaajista.

8. Valitse mieleisesi tuotekuva painamalla hiirellä kuvaa ja kerro miksi valitsin tämän?

Vastaajien määrä: 257



kuvio 1. Kysymys (8.) kyselystä (liite 1.), jossa vastaajia 257 kappaletta.

Kyselyn (liite 1.) kysymyksestä (8.) saatu tulos 257 vastaajan mukaan. Kuten kuvista (kuvio 1.) näkyy, eniten miellytti tuotekuva 1. (kuva 38.), mutta todella pienellä erolla toiseksi tuli tuotekuva 3. (kuva 40.) ja kolmantena tuotekuva 2. (kuva 39.). Eniten eroa otti tuotekuva 4. (kuva 41.), joka sai huomattavasti vähemmän ääniä. Suurin osa vastanneista arvosti kierrätysmateriaaleista valmistettuja design-tuotteita. Netistä design-tuotteita ei kuitenkaan juuri osteta kyselyn (liite 2.) mukaan. En hirveästi yllätynyt, että tuotekuva 4. (kuva 41.) putosi näiden kolmen muun tuotekuvan rinnalla vähemmälle suosiolle, koska omasta mielestä se on rohkean poikkeava kokonaisuus ison ja hallitsevan kaulakorun vuoksi.

Tulos herätti positiivisia ajatuksia, koska kolme ensimmäistä tuotekuvaa (kuva 38.), (kuva 40.) ja (kuva 39.) olivat tasaisen miellyttäviä vastaajien mukaan, joten

voisin päätellä, että näissä tuotekuvissa ja koruissa oli eniten potentiaalia suuremmalle kuluttajaryhmälle ja neljäs tuotekuva (kuva 41.), ja korut taas saattaisivat sopia pienemmälle segmentille. Kyselyn vastausten (liite 2.) perusteella sain joitakin positiivisia kommentteja, jotka olivat kohdistettu tietyn korusarjan yksittäiseen koruun. Korusarjoissa voi olla jokin koru, joka saattaa miellyttää, vaikka itse korusarjan kokonaisuus ei niin miellyttäisikään. Opin tästä sen, että olisi ehkä hyvä miettiä jatkossa mallistokohtaisesti myös jokaisen yksittäisen korun tarvetta erot-tua tuotekuvissa. Keskityin enemmän näiden tuotekuvien (kuva 38.- 41.) osalta tunnelmaan ja kokonaisuuteen.

Yhteensä 14-20-vuotiaita vastaajia oli 31-kappaletta. Joukossa oli vain yksi mieshenkilö. Ääniä tämä ikäryhmä antoi eniten tuotekuvalle 1. ja 2. (kuva 38.) ja (kuva 39.) tasapistein 11-11. Kolmantena oli tuotekuva 3. (kuva 40.) kahdeksalla äänellä. 14-20-vuotiaista suurin osa oli opiskelijoita Länsi-Suomen läänistä. He pitivät korujen ostossa tärkeimpinä asioina hintaa, näyttävyyttä ja laatua. Kyselyn (liite 1.) kysymykseen (7.) tämä ikäryhmä sijoitti ensimmäisen korusarjan (Keskiyön loisto) suurimmalla prosentilla kategoriaan juhla, toinen korusarja (Sulkaneito) sijoittui kategoriaan arki ja kolmas korusarja (Rauhan kyyhky) sekä juhlaan, että arkeen. Prosentit näiden kolmen kategorian (juhla, arki, sekä juhlaan, että arkeen) välillä olivat osittain todella pieniä.

20-25-vuotiaita vastaajia oli kaikista eniten 120-kappaletta ja joukossa oli 9 mieshenkilöä. 20-25-vuotiaista ääniä eniten annettiin tuotekuvalle 1. Ja 2. (kuva 38.) ja (kuva 39.) yhden äänen erolla. Suurin osa tästä ryhmästä oli opiskelijoita Länsi-Suomen läänistä ja he arvostivat korujen ostossa eniten hintaa, käytännöllisyyttä ja näyttävyyttä. Kyselyn (liite 1.) kysymykseen (7.) tämä ikäryhmä sijoitti ensimmäisen korusarjan (Keskiyön loisto) juhlaan, toisen korusarjan (Sulkaneito) sekä juhlaan että arkeen ja kolmannen korusarjan (Rauhan kyyhky) juhlaan.

25-30-vuotiaita vastaajia oli 71-kappaletta ja joukossa 4 miestä. Ryhmä antoi ääniä eniten tuotekuvalle 3. (kuva 40.) 23 äänellä ja toiseksi tuli tuotekuva 1. (kuva 38.) 21 äänellä. Suurin osa oli työntekijöitä Länsi-Suomen läänistä. He pitivät korujen ostossa tärkeimpinä asioina hintaa, käytännöllisyyttä ja näyttävyyttä. Kyselyn (liite 1.) kysymykseen (7.) tämä ikäryhmä sijoitti ensimmäisen korusarjan (Keskiyön loisto) sekä juhlaan, että arkeen, mutta vain yhden äänen erolla kategoriasta

juhla, toinen korusarja (Sulkaneito) sekä juhlaan, että arkeen ja kolmas korusarja (Rauhan kyyhky) sekä juhlaan, että arkeen.

Ryhmä 30-35-vuotiaat vastaajat olivat kaikki naisia ja heitä oli 30 kappaletta. Ääniä he antoivat eniten tuotekuvalle 3. (kuva 40.). Suurin osa oli työntekijöistä Länsi-Suomen läänistä, ja he arvostivat korujen ostossa eniten käytännöllisyyttä, hintaa ja näyttävyyttä. Kyselyn (liite 1.) kysymykseen (7.) tämä ikäryhmä sijoitti ensimmäisen korusarjan (Keskiyön loisto) juhlaan, (Sulkaneito) juhlaan ja (Rauhan kyyhky) juhlaan.



Kuva 38. Tuotokuva 1. on kyselystä (liite 1).

Kyselyn (liite 2.) kysymyksestä (8.) lainattuja kommentteja tuotokuvaan 1. (kuva 38.) liittyen:

- ”Omaan tyyliini sopivin.” (nainen 25-30-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Muistuttaa hauskesti paidan kaulusta.” (nainen 20-25-vuotta, työntekijä, Itä-Suomi)
- ”Kaunis yksinkertaisuudessaan, näyttävä ja arvokas.” (nainen 20-25-vuotta, yrittäjä, Länsi-Suomi)
- ”Korut on näyttäviä, mutta sopivan arkisia. Voi yhdistellä eri asukokonaisuuksien kanssa.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- Korut yhdistetty asuun minulle samaistuttavasti. Näyttää kivalta ja oikeanlaisesta asennetta, että itsekkin voisin ostaa ja käyttää.” (nainen 20-25-vuotta, työntekijä, Etelä-Suomi)

- ”Graafisuus/ veistoksellinen ilme” (nainen 25-30-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Tyylikäs” (nainen 45-50-vuotta, työntekijä, Länsi-Suomi)
- ”Elegantti, ikuinen.”(nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Itä-Suomi)
- ”Tyylikäs, erikoinen” (nainen 25-30-vuotta, joku muu, Etelä-Suomi)



Kuva 39. Tuotokuva 2. on kyselystä (liite 1.).

Kyselyn (liite 2.) kysymyksestä (8.) lainattuja kommentteja tuotokuvaan 2. (kuva. 39) liittyen:

- ”Kuva on tyylikäs ja naisellinen. Koru on pääosassa kuvassa, se erottuu selvästi edukseen. Kuva saa korun näyttämään arvokkaalta ja laadukkaalta.” (nainen 25-30-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Kaunis, elegantti” (nainen 20-25-vuotta, työntekijä, Länsi-Suomi)
- ”Mystinen ja kiehtova” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Simppelein näköinen, helposti yhdistettävissä eri asuihin ja tilanteisiin.” (nainen 14-20-vuotta, työntekijä, Etelä-Suomi)
- ”Mystinen, tumma, hieman vanhan ajan glamouria.” (nainen 25-30-vuotta, työntekijä, Pohjois-Suomi)
- ”Tyylikäs kuva, kivasti tulee mieleen jotenkin 20-luku.” (nainen 20-25 vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Ajaton, klassikko.” (nainen 35-40 vuotta, työntekijä, Pohjois-Suomi)
- ”Elegantti ja ajaton, eikä mitään ylimääräistä.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Etelä-Suomi)
- ”Tyylikäs, klassisen kaunis ja linjakas.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Itä-Suomi)



Kuva 40. Tuotokuva 3. on kyselystä (liite 1.).

Kyselyn (liite 2.) kysymyksestä (8.) lainattuja kommentteja tuotokuvaan 3. (kuva 40.) liittyen:

- ”Korut, jotka sopivat niin arkeen kuin juhlaankin, ei liian näyttävä.” (nainen 25-30-vuotta, työntekijä, Länsi-Suomi)
- ”Tarpeeksi simppele, eikä liian iso.” (nainen 14-20-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Ei näytä muoviselta kaulurilta niin kuin muut, tykkään myös väristä.” (nainen 25-30-vuotta, opiskelija, Etelä-Suomi)
- ”Ei ole liian näyttävä.” (nainen 14-20-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Kaunis, yksinkertainen, hyvä väritys.” (nainen 25-30-vuotta, opiskelija, Etelä-Suomi)
- ”Korut sulautuvat parhaiten asuun, sopivasti esillä.” (nainen 25-30-vuotta, joku muu, Länsi-Suomi)
- ”Luonnollisen kaunis.” (nainen 25-30-vuotta, yrittäjä, Länsi-Suomi)
- ”Arkinen, mutta kävisi myös juhliin.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Etelä-Suomi)
- ”Minun tyyliset korut, väri, käytännöllisyys sekä puhdas linja miellyttää.” (nainen 40-45-vuotta, työntekijä, Länsi-Suomi)
- ”Koru on rauhallinen, eikä tuo itseään liikaa esille.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)



Kuva 41. tuotokuva 4. on kyselystä (liite 1.).

Kyselyn (liite 2.) kysymyksestä (8.) lainattuja kommentteja tuotokuvaan 4. (kuva 41) liittyen:

- ”Kuva tuo mieleen 1800-luvun.” (nainen 20-25-vuotta, opiskelija, Pohjois-Suomi)
- ”Kuvan tunnelma tempaisi mukaansa.” (nainen 20-25-vuotta, työntekijä, Länsi-Suomi)
- ”Koru selkeimmin esillä.” (nainen 30-35 vuotta, opiskelija, Länsi-Suomi)
- ”Kuva on kaunis ja tykkään väristä.” (nainen 20-25-vuotta, jokin muu, Etelä-Suomi)

5.3 Yhteenveto kyselyn tuloksista

Vastausten osalta selvisi, että suurin osa arvostaa kierrätysmateriaaleista valmistettuja design-tuotteita, kun ne ovat laadukkaita ja näyttäviä. Tämä tieto oli positiivinen, koska 273 vastaajasta yli 200 oli arvostuksen kannalla. Tieto arvostuksesta antaa kuvan, ettei kierrätysmateriaalien käyttö koruissani veisi välttämättä arvoa niiltä. Täsmällisemmän tiedon kierrätysmateriaalien vaikutuksesta arvoon olisin saanut kuitenkin kysymällä vastaajilta, vaikuttaako kierrätysmateriaalien käyttö design-tuotteiden arvoon heidän mielestään.

Sain hieman osviittaa siitä, mitkä tuotekuvista olivat mieluisimpia ja miksi. Jatkoa ajatellen voin poimia tärkeiksi miellettyjä asioita ja kehittää tuotekuvia oikeaan suuntaan. Paljon kommentoitiin myös korujani tuotekuvien lisäksi, joten kyselyn (liite 1.) kysymys (8.) osoittautui mielestäni hyväksi, koska sain samalla mielipiteitä

tuotekuvista sekä koruista. Vain yksi tuotekuvat putosi selvästi vastausten (liite 2.) mukaan muista, josta voisin päätellä, että eniten ääniä saaneissa kuvissa ja koruissa oli eniten potentiaalia. Tuotekuvat ja korusarjat olivat toisistaan poikkeavia ja se voi tarkoittaa, että jokaiselle oli löytynyt mieleinen vaihtoehto, mutta tuotekuvien tai korujen mielekkyyttä en voi perustella muuten, kuin sellaisten vastausten perusteella, jotka viittaavat suoraan mielekkyyteen. Sellaisiakin vastauksia (liite 2.) tuli, mikä lämmitti mieltäni.

Kaiken kaikkiaan kyselyn (liite 1.) vastaukset (liite 2.) olivat mielenkiintoisia, koska sain paljon konkreettista tietoa esimerkiksi eri ikäryhmien kannalta. Olin kuitenkin yllättynyt, ettei vastaukset liioin poikennut ikäryhmien välillä. Kysely oli mielestäni erittäin tärkeä toteuttaa, koska muuten tuotosteni arviointi olisi jäänyt omien mielihiteideni varaan, eikä se anna yleispätevää tulkintaa niistä. Kyselyn julkaisu vaati mielestäni rohkeutta, koska asetin työni muiden arvosteltavaksi. En juuri saanut negatiivisia kommentteja, mutta sitäkin enemmän positiivisia ja rakentavia asioita nousi esiin.

6 BRÄNDIN POHDINTA

6.1 Mitä brändi ja brändäys ovat?

Kuvailisin brändin olevan mielikuva, joka ihmisellä on esimerkiksi tuotteesta, yrityksestä, palvelusta, henkilöstä, tapahtumasta, puolueesta jne. Brändäyksen taas tulkitseen brändin suunnitteluksi yritykselle tai tuotteelle. Vaikka brändiä voidaan suunnitella, on se mielestäni kuitenkin mielikuva, jonka kuluttajat luovat yrityksestä tai tuotteesta. Se koostuu monesta eri osa-alueesta, mutta mielestäni ennen kaikkea brändin pitäisi muodostaa yhtenäisen- ja sellaisen kuvan, jota halutaan olla ja edustaa markkinoilla.

Leena Raatikainen (2008, 13-14.) toteaa, että brändiasetelma ansaitaan erottamalla markkinoilla viestinnällä. Hänen mukaan tuotenimestä kehittyi brändi, nimen ja siihen liittyvien tunnusten tunnettuuden levittämisen ansiosta. Hän sanoo, että monille merkkituotteen ostaminen on osa omaa minuutta. Tästä voisin päätellä, että jos tuotteen brändi edustaa samoja asioita, joita kuluttaja arvostaa, lisää se ostomahdollisuuksia. Lisäisin, että tarvitaan myös erottuminen muista tuotteista, jotta kuluttajan on helpompi löytää tuotteet. Mielestäni on tärkeää löytää ne kohderyhmät, joiden arvomaailma täsmää oman yrityksen ja sen tuotteiden kanssa.

Korujeni osalta minun olisi tärkeää löytää kohderyhmä, joka arvostaa ekologisuutta ja korujeni visuaalista ilmettä. Kyselyn vastausten (liite 2.) perusteella tärkeimmiksi asioiksi korujen ostossa nousivat selkeimmin neljä asiaa, joista tärkeimmäksi miellettiin hinta, sen jälkeen käytännöllisyys, näytävävyys ja laatu. Tämä kertoo mielestäni siitä, että jos tuotteet segmentoitaisiin suhteellisen laajalle kuluttajaryhmälle hinta ei saisi olla liian suuri, mutta niiden pitäisi olla käytännöllisiä, näyttäviä ja suhteellisen laadukkaita. Laajemman kuluttajaryhmän kannalta tärkeäksi näkisin juuri pienenpää hintaa ja käytännöllisyyttä. Silloin korujen tulisi olla mahdollisimman yksinkertaisesti valmistettävissä, mutta kuitenkin erottautumiskykyisiä.

Jos taas segmenttiä rajataan pienemmäksi hinta voisi olla suurempi, mutta edellä mainitut kriteerit tulisi olla todella erottautumiskykyisiä. Brändiä luodessa on varmasti tärkeää rajata tuotteiden kuuluvuus tiettyyn segmenttiin, koska tämä helpottaa erottautumista ja markkinoinnin suunnittelua. Keskitytään hyvin osa-alueisiin, jotka ovat kohderyhmän ja tuotteiden kannalta tärkeitä. Segmenttiä täytyy kuitenkin miettiä tarkemmin sen pohjalta, mihin hintaluokkaan koruissa päädytään.

Voisi ajatella, että kaiken kaikkiaan kilpailun kannalta minun tulisi erottua muotoilulla. Pyrkii tekemään korutaiteeseen jotain uuden tyyppistä, mikä voisi herättää mielenkiintoa. Kuvittelisin, että Corian materiaali tarjoaa hyvän mahdollisuuden kokeilla jotain uutta, koska Corian antaa monipuolisen tavan työstöön ja on melko harvinainen materiaali korutaiteessa. Aikaisemmin esittelemäni protot ja niiden kokeilut mielestäni todistavat, ettei se ole mahdoton ajatus, vaikka protot vaativat vielä paljon jatkokehittelyä.

Suomesta en ole vielä löytänyt Corian materiaalista valmistettuja koruja. Netistä sen sijaan olen löytänyt joitakin ulkomailla valmistettuja Corian-koruja. Kuitenkaan täysin omien korujeni kaltaisia en ole havainnut, mutta lähimpänä voisi olla Jennifer Mershantin tuotannosta (Jennifer Mershant Design 2015) tulevat Corian rannekorut, sekä jotkut hänen sormuksistaan. Mielestäni Mershantin (2015) tuotteet viittaavat nimenomaan hieman saman tyyppisiin koruihin, kuten minulla on sivulla (29.) kuvassa (kuva 14.). Tarkoitan nimenomaan Mershantin (2015) yksinkertaisia Corianista valmistettuja rannekoruja ja sormuksia, jotka esiintyvät hänen sivustollaan (Jennifer Mershant Design 2015). Eroja kuitenkin näiden korujen väliltä löytyy paljon. Esimerkiksi rannekoruissani olen rikkonut pyöreää muotoa ajatuksena tehdä niistä käytännöllisempiä ja ranteeseen mukautuvampia, kun taas Mershant (2015) käyttää rannekoruissaan pyöreämpää muotoa, ja jonkinlaisia luonnonkiviä koristeina. En voi olla varma, etteikö joku olisi tehnyt täysin vastaavan kaltaisia koruja kun minä, mutta itse en ole vielä sellaisia löytänyt. Tämän vuoksi en voi tarkalleen tietää, mihin materiaalin tuomat ominaisuudet voivat vielä ulottua, ja onko vahvan brändin rakentaminen mallistojen tueksi mahdollista.

6.2 Mielikuvien tärkeys

Hosio (2011, 16) kirjoittaa, että Ropen ja Metherin (2001, 19) mukaan mielikuvat ratkaisevat menestyksen markkinoilla. Tämä heidän mukaan tarkoittaa sitä, kun markkinoilla olevat tuotteet ovat fyysisiltä ominaisuuksiltaan samankaltaisia, voidaan erottua mielikuvan avulla muista (Hosio 2011, 16). Hosion (2011, 17) teksteistä käy ilmi, että markkinoidessa olisi hyvin tärkeää tietää, miten mielikuvia luodaan, ja mitkä asiat vaikuttavat mielikuvan muodostamiseen, sillä tulokset muodostuvat hyvin isolla prosentilla luotujen mielikuvien kautta. Mielikuvia luodessa olisi hyvä jättää tilaa ihmisen omille mielikuville ajattelun eri tasoilla ja markkinoinnissa kannattaisi jättää joitakin asioita arvailujen varaan (Hosio 2011, 17).

Ehkä tarinoilla voidaan luoda arvoituksellista henkeä, joka nostaa kiinnostusta. Koruihin olen jättänyt mielestäni tilaa jokaisen omille tulkinnoille, vaikka olenkin antanut jonkinlaisen lähtökohdan ja kuvauksen näistä. Mielestäni on hyvä antaa töille omakohtainen näkemys, jotta työtä on helpompi tulkita ja ymmärtää. Omasta näkökulmasta se lisää myös arvoa, koska työlle on annettu jokin merkitys, eikä se ole vain visuaalisen ilmeen varassa. Siinä voi olla muutakin tartuntapintaa, jolla tarkoitan mahdollisuutta esimerkiksi samaistua tai ihaila työtä ja sen lähtökohtia. Kaikki nämä asiat tuovat enemmän sisältöä, mutta ehkä myös rajaavat pienempään segmenttiin.

6.2.1 Mielikuvien psykologiset vaikutukset

Hosio (2011, 17) viittaa Ropeen ja Metheriin (2001, 41-42), joiden mukaan ihmisen ajatusprosessi on hänen aikaisempien kokemusten, kuulemien ja ajatusten tulosta. Hosion (2011, 17) mukaan mielikuvien muodostuminen on käsitteellisen ajattelun tulosta. Hänen mukaansa, jotta voidaan ymmärtää ihmisten tapaa nähdä ja kokea mainonta, täytyy ymmärtää heidän arvoja, uskomuksia, asenteita ja käsityksiä itsestään. Edelleen hän jatkaa, että markkinoinnissa on tärkeää ottaa huomioon ihmisten tiedostamaton sekä tietoinen alue, koska monet tarpeet ja motiivit ovat ihmisen tiedostamattomalla alueella. Markkinoinnilla pyritään hänen mielestään tuomaan näitä asioita tietoisuuden alueelle.

Arvot Hosion (2011, 17) mukaan vaikuttavat toimintaan, eli ajatteluun ja näin ollen myös mielikuviin. Hän arvioi, että ihminen tulkitsee viestit yhteisön normeja silmällä pitäen. Tämä taas tarkoittaisi hänen mielestään sitä, että markkinoinnissa on otettava huomioon normit ja kulttuurit ja niiden vaikutus. Tärkeänä asiana mielikuvien muodostumiseen hän mainitsee tarpeet ja ajattelee, että ne ohjaavat ottamaan mainonnan vastaan ja tulkitsemaan sen jälkeen oman arvomaailman pohjalta luoden omia mielikuvia ja jos tuote ym. ei sovellu tarvemaailmaan, se jää helposti ostamatta. Eli näiden tulisi soveltua sekä tarvemaailmaan, että arvoihin (Hosio 2011, 17).

Voisin ajatella, että aina ei pelkkä tuote ole pääasia vaan ostoon vaikuttaa moni muukin tuotteeseen liittyvä tekijä, ja kun tuotteen tarve on pieni kaikki muu sen rinnalla nousee suurempaan arvoon, kuten visuaalinen ilme, tarina, arvot ja erotuminen yleensäkin. On mielestäni löydettävä keinoja, joilla ns. ”tarpeettomasta” tehdään tarpeellinen. Esimerkiksi kohderyhmäni näkökulmasta (naiset 14-35 vuotta, ks. Kohderyhmä määritelty luvusta 6.3) montaa eri kulttuuria tarkasteltaessa kaunistautumisen tarve näkyy ja on aina läsnä. Eri asia, miten saada kohderyhmäni ajattelemaan, että he tarvitsevat ja haluavat juuri minun suunnittelemani korut. Näkisin, että minun kilpailukeinoni ovat muotoilu, tarinat, ekologisuus sekä yhdenäisen brändin luominen näiden ympärille.

6.2.2 Mielikuvien syventyminen

Mielikuvat voivat muuttua informaation lisääntyessä ja syventyä sitä mukaa kun tiedetään, jotain uutta yrityksestä tai tuotteesta (Hosio 2011, 18). Listaan Hosion (2011, 18-19) ja Simonahon (2010, 12-13) ehdotusten mukaan viisi vaihetta, joissa syventymistä tapahtuu:

1. Tietoisuusvaihe, jossa tunnetaan vasta yrityksen tai tuotteen nimi. Tässä vaiheessa voidaan luoda jo yritykselle nimi, joka sisältää eri tunnelementtejä. (Hosio 2011, 18.)
2. Tuntemisvaihe muodostuu silloin, kun asiakas tiedostaa esimerkiksi mainoksen hänelle jo tutusta yrityksestä tai tutustuu yrityksen tuotteisiin. (Simonaho 2010, 12.) Eli tuntemisvaiheessa nimeen yhdistetään jo muitakin

elementtejä. Nämä nk. informaatiotasot antavat puhtaan, eli arvovapaan kuvan, joka on tunne-elementeiltään ns. neutraali. (Hosio 2011, 18.)

3. Asennevaihe sisältää negatiivisia, positiivisia tai neutraaleja arvotunteuksia. Tärkeää olisi saada negatiiviset mielleyhtymät pois tärkeiden asioiden ääreltä ja sitä kautta menestyksen tieltä. Huomioon kannattaa ottaa kohderyhmän kannalta positiiviset asenteet ja kehittää niitä. Puhtaaseen mielikuvaan lisätään asenne, niin saadaan pysyvä mielikuva. Pysyvät mielikuvat ohjaavat käyttäytymistä olivat ne sitten oikeita tai väriä. (Hosio 2011, 18-19.)
4. Suositummuusvaiheessa yritys mielletään kohderyhmän näkökulmasta paremmaksi joissakin asioissa verrattaessa kilpailijoihin. Positiivisista asenteista on rakennettava yritykselle myönteiset odotukset sen toimintaa kohtaan. Esimerkiksi toiminnalliset odotukset, eli laatu, hinta ja valikoima ja/ tai mielikuvatekijöihin liittyvät odotukset esimerkiksi perinteikkyyden, nykyaikaisuuden tai urheilullisuuden. (Simonaho 2010, 12-13.)
5. Kokemusvaihe vastaa asiakkaan sen hetkistä totuutta, eli uskoa yrityksen ja tuotteiden ominaisuuksia kohtaan. Kokemusvaihe on se, missä arvioidaan, onko yritys parempi kilpailijoihin verrattuna ja vastaako se annettuja lupauksia. (Simonaho 2010, 13.)

6.3 Kohderyhmä, segmentointi ja ostokäyttäytyminen

Tolvasen (2012, 37-38) mukaan kohderyhmänäkemyistä hankkiessa on tärkeää ymmärtää ihmisen mielen toimintaa. Tolvanen (2012, 37-38) valottaa, että ihmisen mieli jaetaan kahteen, tietoiseen mieleen ja alitajuntaan. Tietoisesti mielen toimintaa hän sanoo olevan ajattelu ja kertoo tähän mahtuvan vain muutamien asiain kerrallaan. Alitajunta hänen mukaan pitää sisällään valtavan määrän kokemuksia ja myös vaikuttavan tekoihimme ja tunteisiimme. Hän jatkaa kertomalla, että valtava osa alitajunnasta jää meiltä tiedostamatta päivittäin ja että saatamme tuntea turvallisuutta jonkun ihmisen seurassa, koska lapsuudessa samoja piirteitä omaava henkilö on ollut tärkeä ja turvallinen hahmo. Nämä ovat peräisin meidän alitajunnastamme, ja emme voi ymmärtää kohderyhmäämme syvällisesti, jos keskitymme vain tietoisesti mielen tutkimiseen. (Tolvanen 2012, 37-38.) Tolvasen (2012, 40)

vinkki kuuluukin näin: ”Markkinoija, jos haluat raivata reviiriä kohderyhmäsi alitajuntaan, mene lähelle, ole yllätyksellinen ja kerro tarina”.

Kahdeksan länsimaista ydinarvoa. Raatikaisen (2008, 11-12) mukaan länsimaaisia ydinarvoja ovat materiaalinen hyvinvointi, työ on huvia tärkeämpää, tasa-arvoisuus, moralistisuus, yritteliäisyys, humanitaarisuus, aika on rahaa ja luonnon hallinta. Moniin tuotteisiin hän sanoo liittyvän kulttuurisia merkityksiä ja ostoon eri hankintarituaaleja, joilla kulttuuriset tuotemerkit siirretään omaan itseen. Muun muassa hän mainitsee nuorisokulttuureissa olevan yleistä useat viiteryhmät, joihin nuoret haluavat samaistua. Samaistumisella hän tarkoittaa yhteenkuuluvuuden tunteen hakemista ja halua näyttää tietyn viiteryhmän jäseneltä esimerkiksi ulkoisen olemuksen kautta. Raatikainen (2008, 11) listaa ikäsegmenteiksi lapset, nuoret, aikuiset, keski-ikäiset ja vanhukset.

Kokonaisuudessaan korumallistojeni kohderyhmää (naiset 14-35-vuotta) kuvaisin rennon tyylikkäksi, yksinkertaisuutta ja mukavuutta arvostaviksi naisiksi, koska kommentteista (liite 2.) esiin tuli mielestäni rentous, yksinkertaisuus, tyylikkyys ja käytännöllisyyden arvostus. 14-35-ikävuoden väliin mahtuu varmasti paljon vaate-tyylillisiä, elämäntilanteisiin ja ajattelutapaan liittyviä eroja, mutta korut sopivat mielestäni hyvin moneen tyyliisuuntaan ja ikäluokkaan, koska kyselyn vastausten (liite 2.) perusteella näiden ikäryhmien mielipiteiden välillä ei kovin suuria eroja ollut. Sanoisin, että henkilöitä, jotka olisivat ehkä valmiita ostamaan korujani, yhdistää itsensä arvostus ja halu hemmotella tai palkita itseään joskus. Arvelen kuitenkin, että tarvitaan hieman rohkeutta käyttää korujani, koska ne eivät ole kovin perinteiseen korutyylisiin lukeutuvia.

Ostokäyttäytyminen ja siihen liittyvät tekijät. Raatikainen (2008, 11-12,14) listaa selkeästi hahmotettavissa olevia ostokäyttäytymiseen liittyviä tekijöitä kuten, sukupuoli, elämänvaihe, ikä, tulotaso, perhetausta, rotu ja uskonto. Ikääntymisen myötä hän uskoo, että kulutus, tarpeet ja ostoprosessi kokevat muutosta ja ostokäyttäytymiseen vaikuttavat myös eri tunnetilat. Hän ajattelee, että tuote ja laatu ovat merkittäviä asioita valintoja tehtäessä. Tuotepakkauksilla on merkitystä ja monelle kuluttajalle pakkaus koko on suuri valintakriteeri. Tuotteiden saatavuus ja ostettavuus vaikuttavat, kuten myös tuotteiden esillepanon, hän sanoo ratkaisevan

paljon ostopäätöksissä. Houkuttelevuus ja tuotteen löytyminen vaivattomasti kauppojen hyllyiltä tai verkkokaupoista on tärkeää, hän arvioi.

Arvelen, että kohderyhmäni näkökulmasta korujen ostossa ratkaisee, kuinka brändin kokonaisuus on saatu yhteneväiseksi ja selkeäksi ja miten markkinointi saadaan onnistumaan. Tuotteiden menestys on kaikesta huolimatta arvoitus, emmekä voi juurikaan etukäteen arvioida, miten niistä kiinnostutaan. Voi mennä useita vuosia, että ne saadaan ihmisten tietoisuuden tasolle ja senkään jälkeen ne eivät välttämättä ota tuulta siipiensä alle. Erottuminen muista tuotteista on hankalaa ja sen vuoksi on käytettävä innovatiivisia keinoja markkinoinnin ja tuotekokonaisuuksien suunnittelussa ja toteutuksessa.

Tuotteiden on mielestäni vastattava luvattuja arvolupauksia, sekä tuotteiden esillepano on tärkeässä roolissa niin nettikaupassa, kun kivijalkamyymälöissä juuri niin, kuin Raatikainen (2008, 14) arvioi. Esillepanon on palveltava mielestäni yrityksen brändiä ja erotuttava selkeästi muista, jotta tuotteet huomataan. Arvelen, että ostojen jatkumo määräytyy sen mukaan, vastaako tuote annettuja arvolupauksia. Eli onko asiakas ollut tyytyväinen, ja miten jatkossa yritys toimii ja kehittyy. On suunniteltava uusia tuotteita, ja kehitettävä yrityksen sisäistä toimintaa. Jotta mielenkiintoa voidaan pitää yllä, on se saatava jollain ensin herätettyä. Näkisin korujeni osalta tärkeäksi herättää mielenkiinto, tuotekuvien avulla. On myös tiedostettava omat vahvuudet ja heikkoudet, niin henkilökohtaiset, kuin kaupalliset. Silloin voidaan kilpailla vahvuuksilla ja kehittää heikkouksia, joka antaa mielestäni hyvän lähtökohdan kehittymiselle.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Aikataulu. Pysyin hyvin aikataulussa, eikä se aiheuttanut suuria ongelmia. Suurin ongelma minulla oli rajata aihetta, koska brändääminen kiinnosti minua korumuotoilun rinnalla ja olisin halunnut tutkia sitä laajemman, mutta tiedostan, ettei se olisi ollut järkevää ajankäytön, eikä ehkä työni päätutkimusaiheen painottamisen kannalta. Karsin siis brändi-osioista joitakin kirjoittamiani osioita pois, ettei aihe veisi liikaa huomiota koru-, materiaali-, ja suunnitteluprosessi- aiheista, jotka olivat työni pääkohtia.

Kirjoitusprosessi. Kirjoittaminen sujui hyvin, mutta vaarana minulla on useasti karata aiheesta ja lähteä ”väärille” raiteille. Yritin kuitenkin pysytellä aiheessa ja mielestäni pohjustin koruaiheen selkokielelle ja ymmärrettäväksi tekstiksi. Lähteitä olisin varmasti voinut käyttää monipuolisemmin esimerkiksi lehtiartikkeleita tai kansainvälisiä lähteitä. Brändi-aihe jäi mielikuvapainotteiseksi, mutta toisaalta tässä tapauksessa sen merkitys on todella suuressa roolissa, jos mietitään korujen markkinointia.

Suunnitteluprosessi. Kaiken kaikkiaan pidin suunnitteluprosessia mielenkiintoisena, koska en ole aikaisemmin suunnitellut koruja. Huomasin, että aihe sopi jotenkin minun tyyliini, koska sain ottaa huomioon ihmisen kokonaisuutena. Kehon muotoilussa, mielikuvat tarinoissa ja kokonaisuuden tuotekuvissa. Suunnitteluprosessiin olen kokonaisuudessaan tyytyväinen, vaikka puristin tuotteiden valmistuksen ja suunnittelun kymmeneen päivään, joka oli mielestäni hieman liian lyhyt aika tälle. Olin tehnyt luonnostelua ennen siirtymistä tuotantoon, mutta ratkaisevimmat suunnitelmat tein vasta työstöä suunniteltaessa, joka kuului tuohon kymmenen päivän rupeamaan. Vaihe oli jossain määrin stressaava, koska suunnitelmat ja ajatukset eivät aina täsmää valmiin tuotoksen kanssa ja jouduin tekemään eri versioita ja kokeiluja, jotta pystyin hyväksymään lopulliset protot opinnäytteeseeni. Suurin hyöty oli, että osasin entuudestaan käyttää kaikkia ohjelmia ja laitteita, joita tarvitsin suunnittelussa ja työstössä sekä tunsin materiaalin entuudestaan. Tuotteiden kuvat eivät ole tarpeeksi laadukkaita, mutta mielestäni niissä näkyy hyvin korujen tarkoitus, tarina ja mitä koruja sarjoihin kuuluu.

Tuotteiden arviointia. Haaveiden aika-sarjassa olen tyytyväinen raikkaaseen ja nuorekkaaseen ilmeeseen ja olen positiivisesti yllätynyt, että kyselyn (liite 2.) vastausten pohjalta se oli koettu mielekkääksi. Tulkitsisin kyselyn (liite 2.) vastauksia niin, että juuri tuotokuva 3. Eli Haaveiden aika oli mieleisin heille, jotka eivät pitäneet niin suurista ja näyttävistä koruista. Kehittämistä jäi rannekorun muotoilun osalta, koska kokeilun myötä havaitsin, ettei rannekoru pysynyt ainakaan omassa ranteessani täysin oikeassa kohdassa. Tähän lienee ainakin se selitys, että rannekorussa on liikaa väljyyttä tai, että muotoilua voisi kehittää. Suunnittelin muotoilun, jotta koru mahtuisi käden muotojen mukaan ranteeseen ja sen pohjalta, että kello-osa pysyisi oikeassa kohdassa. Tämä ei täysin toiminut käytännössä.

Keskiyön loistossa tyytyväinen olen rohkeuteen kokeilla hieman erikoisempaa kaulakorua, joka ei mielestäni kuitenkaan ollut visuaalisesti sellainen, kun olisin toivonut. Kuvassa se ei näytä omasta mielestäni niin pahalta, mutta kuviointia ja sen esille tuomista voisi miettiä uudelleen. Sulkaneito-sarjassa olen tyytyväinen yleiseen ilmeeseen ja sain palautetta, että kaulakoru oli koettu uudenlaiseksi, ja että se muistuttaisi ainakin jonkun mielestä hausalla tavalla paidan kaulusta. Rauhan kyyhky on korusarjoista se, johon olen ehkä eniten tyytyväinen ja jonka tuotokuva oli kyselyn vastaajien (liite 2.) mielestä suosituin, mutta vastaajat valitsivat mieleisimmäksi myös Sulkaneidon ja Haaveiden ajan niin pienillä eroilla, että voidaan sanoa näiden kolmen olleen suosituimmat tuotekuvat. Tyytyväinen Rauhan kyyhky-sarjassa olen valmistusprosessiin, koska se oli vaivattomin ja nopein valmistaa.

Koruja on testattava käytännössä enemmän, jotta voidaan arvioida niiden kestävyyttä ja käytännöllisyyttä. Olen silti tyytyväinen moneen asiaan töissäni. Pystyin käyttämään materiaalin ja laitteiden tarjoamia ominaisuuksia hyvin hyödyksi. Työstössä käytin avuksi CNC-jyrsintä, se mahdollisti täsmälliset kuviot ja muodot, joita hain. Materiaalin ominaisuuksia hyödynsin taivuttamalla osan koruista. Liimasin ja käytin eri värejä mallistoissa.

Ammatillinen osaaminen. Ammatilliselta kannalta tein itselleni uuden aluevaltauksen korumuotoilun osalta. Mielestäni oli hienoa perehtyä täysin uuteen aiheeseen, koska tykkään kokeilla kaikkea uutta. Muotoilijan näkökulmasta korusuunnittelu oli mielenkiintoinen ja avartava kokemus, koska sain suunnitella ihmiselle joltain henkilökohtaiseksi miellettyä. Käytin muotoilijan työkaluja juuri sillä tyyllillä,

joka oli minulle ominaista ja luontevaa. Korusuunnitteluprosessi sujui hyvin. Kaiken kaikkiaan opin Corian-materiaalin työstämisestä ja sain paljon ideoita miten ylijäämämateriaalia voisi hyödyntää. Brändäämisen osalta tutustuin mm. mielikuvasiaan, joka antoi mielenkiintoista tietoa mielikuvien vaikutuksista ihmisiin.

LÄHTEET

- Archer, B.L. 1965. Systematic methods for designers. London: The Design Centre.
- Deezer. 2007. Corian: 40 Years - 40 Designers. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.4.2015]. Saatavana: <http://www.dezeen.com/2007/06/01/corian-40-years-40-designers/>
- Dupont. 2015. Tietoa Corianista. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.2.2015]. Saatavana: http://www2.dupont.com/Corian/fi_FI/about_corian/about_corian.html
- Holzach, C. & Schempp, T. 2006. From "troy" roman empire. Holzach, Cornelia. & Schempp, Tilman. (toim.) Schmuckmuseum Pforzheim Museumsführer Museum Guide. Europa: Arnoldsche. 49-51.
- Hosio, H. 2011. Mielikuvatutkimus: Case Glitter Oy. [Verkkosivu] laurea-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 23.2.2015]. Saatavana: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39385/Heidi_Hosio.pdf.pdf?sequence=1
- Häyry, H. & Häyry, M. 1997. Taide, taito ja teoksen olemassaolo. Viitannut tähän Esseen.
- Ihatsu, A. 1998. Craft, Art-craft or Crafft-design? In pursuit of the British equivalent for the Finnish Concept "käsiyö". Joensuun yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunnan tutkimuksia N:o 69.
- Ihonen, M. 2001. Esimodernista myöhäismoderniin. esikolislestadiolaisuus kohtaa nyky maailman. Jouko Talonen & Ilpo Harjutsalo (toim.) Lestadiolaisuuden monet kasvot. Iustitia 14 Suomen teologisen instituutin aikakauskirja. Helsinki: Suomen teologinen instituutti.
- Ikonen, P. 2004. ARJEN TRILOGIA, Korutaide taiteen tekemisen ja kokemisen välineenä. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja D. Nro 2. taideollisen korkeakoulun julkaisu A 47. Saatavana: www.uiah.fi/julkaisut
- Jennifer Merchant Design. Ei päiväystä. Jewelry that blurs the line between art and fashion. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.4.2015]. Saatavana: <http://jennifermerchantdesign.com/portfolio/corian-jewelry/>
- Kantanen, T. 2003. Kuluttajakäyttäytyminen-kurssin luentomoniste. Kuopion yliopisto. Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.

- Korallituote. 2015. Tuotteet. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.4.2015]. Saatavana: <http://www.korallituote.fi/index.php/fi/tuotteet>
- Korutaiteyhdistys. 2015. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.3.2015]. Saatavana: <http://www.korutaideyhdistys.fi>
- Miller, J. 2003. Costume jewellery. Collectors guide. Italy: Dorling Kindersley Limited.
- Nomart a. 2015. Mitä Corian on? [Verkkosivu]. [Viitattu 22.2.2015]. Saatavana: <http://www.nomart.fi/corian/corian>
- Nomart b. 2015. Ympäristö ja Corian. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.2.2015]. Saatavana: <http://www.nomart.fi/corian/ymparisto>
- Phillips, C. 1996. Jewelry. From Antiquity to the Present. London: Thames & Hudson world of art.
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8. Uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi: Onnistu mielikuvamarkkinoilla. Helsinki: WSOY.
- Rope, T. –Vahvaselkä, I. 1998. Nykyaikainen markkinointi. Porvoo. WSOY.
- Ruutiainen, P. 2012. Onko puhelinkoppi koru? Nykykoru taiteen kentällä. [Verkkosivu]. G4 monografiaväitöskirja. [Viitattu 20.2.2015]. Saatavana: <http://www.doria.fi/handle/10024/87782>
- Simonaho, A & Illikainen, K. 2010. ”Amk on käytännönläheisempi” –Rovaniemen ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan imago potentiaalisten hakijoiden kokemana syksyllä 2010. [Verkkosivu]. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 16.3.2015]. Saatavana: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/21924/simonaho_anne-mari_illikainen_kati.pdf?sequence=1.
- Tillander-Godemhielm, U. 2009. History and Tradition in Finnish Jewellery. Jewellery in the Nordic Countries Yesterday and Today-seminaari 16.10.2009. Helsinki.
- Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen. Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum.

- Tolonen, J. 1993. Esikoislestadiolaisuus ja suomalainen yhteiskunta 1900-1944. Jyväskylä: Suomen kirkkohistoriallisen seuran toimituksia 163.
- Veräjänkorva, T. 2006. Diaknoosi taidekäsityöstä. Tarkastelussa taiteen, muotoilun ja käsityön rajapinta. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Valtion muotoilutoimikunta.
- Vihma, S. 2008. Mitä on muotoilu? (Susan Vihma) päätoimittaja. Suomalainen muotoilu käsityöstä muotoiluun. Porvoo: Weilin + Göös. s. 10-43.
- Walgrave, J. 2000. Het Versierde Ego. Het kunstjuweel n de 20ste Eeuw. The Ego Adornet. 20-th Century Artist' Jewellery. LieDrukkerij Van.
- Westerkamp, P. 1995. Jewellery in Indonesia. Symbols of cosmic worlds. Jan Walgrave (toim.) Sieraad symbol signal The jewel- sign and symbol. Anvers. S.50-64.
- Youtube. 2015. DuPont Building Innovations Achieves Zero Landfill Status. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.4.2015]. Saatavana: <https://www.youtube.com/watch?v=n4lOz7nGaTs>
- Zidbäck, A. 1941. Pohjolan suurin maallikkosaarnaaja Juhani Raattamaan kristillisyydennäkemyks ja suhde lestadiolaisuuden suunnanmuutokseen. Kysymys "erikoisseurakunnasta". Helsinki: Otava.

LIITTEET POISTETTU